



ZUKUNFTS-WELT-BLICK

Die Veränderung der Welt und was sie für uns bedeutet



Wirtschaft

Zukunftsfähige
Mittelstandsfinanzierungen

Ökologie

Eiweisswende

Bildung

Bedeutung der Sprache
und der Medien

Gesundheit

Die neue Toolbox
Burnout und Sucht

**Die Weltsicht einer
Rechtsanwältin,
des Bundespräsidenten,
eines Paters,
des Post-Generaldirektors
und weiterer
Top-ManagerInnen**



SENAT DER
WIRTSCHAFT





Geld ethisch und nachhaltig zu investieren bedeutet, die Chance der Mitgestaltung unserer Welt zu ergreifen und kommenden Generationen einen lebenswerten Planeten zu hinterlassen.

Bei Österreichs erstem Forum zu nachhaltigen Veranlagungen und grünen Banken können sich interessierte BesucherInnen über Vorsorgekassen und alternative Investments, über grüne Banken sowie über ethische Aktien und Fonds mit ExpertInnen austauschen. Der Zukunftsforscher und Finanzexperte Prof. Dr. Dirk Solte referiert zum Thema Nachhaltigkeit und über unser Weltfinanzsystem.

Forum „Das gute Geld – Investieren mit Mehrwert“

Datum **Dienstag, 24. Oktober 2017, 17:00 Uhr**

Ort **Veranstaltungszentrum Gunskirchen**
Raiffeisenplatz 2, 4623 Gunskirchen

Programm

17:00 Uhr **Start im Plenum**

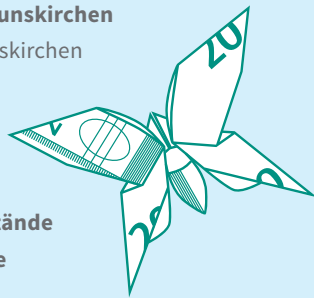
17:30-18:30 Uhr **Workshops/Round Tables**

18:30-19:00 Uhr **Pause und Informationsstände**

19:00-20:00 Uhr **Vortrag Prof. Dr. Dirk Solte**

20:00 Uhr **Diskussion**

Im Anschluss **Get2Gether und Informationsstände**



Im Rahmen der Veranstaltung werden vier Workshops bzw. Round Tables mit unterschiedlichen Themen angeboten:

Thema 1

Nachhaltigkeit und Rendite – Österreichs Vorsorgekassen zeigen wie es geht!

Thema 2

Alternative Investments – Nachhaltige Alternativen zum klassischen Sparbuch

Thema 3

Grüne Ethische Banken – Bank für Gemeinwohl & Umweltcenter sind Vorbild

Thema 4

Aktien und Fonds – Ethisch Veranlagen mit Wertpapieren lohnt sich

Anmeldung bis spätestens 17. Oktober 2017 via office@umweltcenter.at oder oberoesterreich@klimabuendnis.at mit Angabe Ihrer Präferenzen für die Teilnahme an den Workshops. Oder telefonisch unter 07246 7411 33123.

Early Bird Aktion

Melden Sie sich bis zum 24. September 2017 an und wählen Sie Ihr Workshop/Round Table-Thema! Unter den ersten Anmeldungen wird ein Umwelt-Sparbuch vom Umweltcenter im Wert von 50 Euro verlost.

Nähere Informationen zur Veranstaltung finden Sie auch unter:
www.klimabuendnis.at | www.umweltcenter.at



Dr. Erhard Busek
Präsident, SENAT DER WIRTSCHAFT Österreich

VERÄNDERUNG DER WELT, JA – ABER VERÄNDERN WIR UNS?

In allgemeinen Diskussionen wird niemand bestreiten, dass wir inmitten einer großen Veränderung leben. Das wirkt sich durchaus auch in der Politik aus. In der Wirtschaft werden ebenso Fragen nach den sozialen Zusammenhängen gestellt. Die Globalisierung ist ein Terminus, der ständig in aller Munde ist. Die wirkliche Frage ist aber: Reagieren wir wirklich darauf? Wissen wir, welcher Art die Veränderungen sind? Haben wir die möglichen Antworten studiert und hier Prioritäten gesetzt? Diese Fragestellungen ließen sich beliebig fortsetzen. In Wahrheit hat der Mensch die Eigenheit, dass er es gerne hat, wenn alles so bleibt, wie es ist. Das ist allerdings ein falsches Verständnis von Konservatismus, denn es ist eine alte Weisheit, dass ein wirklich Konservativer ständig für die Veränderung eintreten muss!

Wenn wir uns als SENAT DER WIRTSCHAFT besonders um den Mittelstand kümmern, müssen wir deutlich sagen, dass dieser von aktuellen Veränderungen massiv betroffen ist. Ich will hier nicht die üblichen Untergangsszenarien beschwören, denn ich glaube, dass es immer einen Mittelstand geben muss. Das ist aber nur der Fall, wenn es gelingt, entsprechend relevante Vorschläge zu machen, die auch Umsetzungsrelevanz haben. Richtig ist, dass in der Unternehmensstruktur von heute viele Klein- und Mittelbetriebe verschwinden, gleichzeitig aber entstehen neue in großer Zahl – ein Umstand, den wir noch nicht richtig wahrnehmen und aufmerksam beobachten. Die Ich-AGs, der Reichtum an Unternehmensgründungen infolge der modernen Technologie und neue Formen der Kooperation und Finanzierung, sind ein Zeichen dafür. Wir müssen uns diesen Trends widmen und versuchen, die Rahmenbedingungen dafür zu gestalten. Dort liegt die eigentliche Aufgabe von Wirtschaftspolitik, wobei kritisch gesagt werden muss, dass das gerade in unserem Land zu wenig beachtet wird. Wer etwa den Wahlkampf in Österreich beobachtet hat, kann feststellen, dass praktische Vorschläge in diese Richtung kaum eine Rolle spielen. Es geht in Richtung Steuerreduktion, wobei es noch keinen Wahlkampf gegeben hat, wo das nicht eine zentrale Forderung war, aber wir wissen genau, was in Wirklichkeit hier gelungen ist - nämlich so gut wie nichts!

Die entscheidende Phase wird natürlich die Regierungsbildung sein, wobei es uninteressant ist, wer welche Posten nimmt, wer welches Ressort bekommt oder sonst irgendwie eine Rolle spielt. Die entscheidende Frage liegt in den Inhalten, die meines Erachtens bislang viel zu wenig diskutiert wurden. Das ist der Bereich, wo sich der SENAT DER WIRTSCHAFT weiterhin ganz massiv einbringen wird und wo wir Beiträge zu leisten haben. Es geht nicht darum, Personen und Gruppierungen zu fördern und Bewegungen zu gründen, sondern es geht darum, Bewegung in der Sache zu bringen, die konkrete Ergebnisse bewirken. Das verlangt, dass sich der Mittelstand artikuliert und entsprechende Vorschläge macht, vor allem aber darauf drängt, dass die Politik darauf reagieren muss, sie aufnimmt, sie kritisiert, sie gestaltet und letztlich durchsetzt. Gerade in diese Richtung sind wir in einer sehr sensiblen Zeit, in der wir uns aus dieser Herausforderung nicht herausstehlen können. Wenn wir „Zukunfts-Welt-Blick“ haben wollen, dann geht es darum, sich mit der Zukunft auseinanderzusetzen, die Welt zu betrachten und unsere Blicke auf das zu konzentrieren, was wir für eben diese Zukunft brauchen. Dafür wünsche ich uns allen im Namen des SENAT DER WIRTSCHAFT viel Erfolg!



SCHWERPUNKTTHEMA ZUKUNFTS-WELT-BLICK

06 MEINE SICHT AUF DIE MODERNE WELT

Der Bundespräsident im Interview /
Dr. Alexander Van der Bellen

10 VERÄNDERUNGEN UND WIE WIR DAMIT ZURECHTKOMMEN

Eine praxisrelevante Reflexion mit spirituellem
Hintergrund / Pater Anselm Grün

14 WIE VERÄNDERT MAN EIN UNTERNEHMEN?

Über wesentliche Erfolgsfaktoren in Change-Prozessen /
DI Dr. Georg Pözl

18 FRANCHISING VERÄNDERT DIE WELT: ÜBER KOOPERATION ZUM ERFOLG

Über Offenheit, Klarheit und Teamfähigkeit, die dadurch
bewirkte Wettbewerbsfähigkeit und Erfolg /
Dr. Nina Ollinger

22 WOVON ERFOLGREICHE ZUKUNFTSBEWÄLTIGUNG ABHÄNGT

Mitglieder des Jungen Senat über die Sicht der Jugend
auf das Schwerpunkt-Thema

24 COMPETING IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Philipp Gerbert

29 DIGITALISIERUNG VERÄNDERT ARBEIT

Das Wesen der Arbeit im Licht des digitalen Wandels /
Martin Jäger

MITTELSTANDS-ALLIANZ



WIRTSCHAFT

32 DIGITALISIERUNG ALS TOD DER KLASSISCHEN JOBVERMITTLUNG?

Über die Veränderung einer gesamten
Branche / Günther Strenn

35 RAUS AUS DEM MITTELMASS!

Den „Brand Champions“ gehört die
Zukunft! / Christoph Ettlmayr

38 ZUKUNFTSFÄHIGE FAMILIEN- UND GENERATIONENPOLITIK

Ein 12-Punkte-Programm für Genera-
tionenverantwortung / Dr. Andreas
Gresbach

42 WIRTSCHAFTSFAKTOR KONGRESSE

Die Bedeutung für städtische und wirt-
schaftliche Entwicklung / Mag. Dr. Susanne
Baumann-Söllner

46 ARBEITSZEITFLEXIBILISIERUNG & AUSLÄNDERINNENBESCHÄFTIGUNG

Gute Lösungen brauchen einen Reality Check! /
Michaela Reitterer

47 BOTSCHAFTER DER ERSTEN MINUTE

Herbert Rieser ist der erste Botschafter der MITTEL-
STANDS-ALLIANZ / Jochen Ressel

48 DIE PARTEICHEFS AM MITTELSTANDS-PRÜFSTAND

Über die Chancen der Parteien mit Mittelstandspoli-
tik zu punkten / Mag. Wolfgang Lusak

52 INNOVATION UND WACHSTUM IM MITTELSTAND FINANZIEREN

Welche Rolle privates, vorbörsliches Kapital
dabei spielt / Dr. Rudolf Kinsky

56 WIRTSCHAFT, DAS SIND WIR ALLE!

Was das für den Eigenkapitalaufbau bedeutet und
wie das funktioniert / Dr. Johannes Linhart

60 FINANZIERUNG NEU GEDACHT

Die Plattform „Mittelstandskapital“ als konkrete
Finanzierungshilfe für KMUs / Eva Komarek

64 DIE GRÖSSTE KAMPAGNE DES JAHRES FÜR DEN MITTELSTAND!

Unübersehbar startete die neue SENATs-Initiative /
Jochen Ressel

66 DIE STIMMEN VIELER VEREINEN

Welche Arbeitskräfte der Mittelstand wirklich
braucht und was daher zu tun ist / Robert Frasch



PREMIERE FÜR AKTIEN-CROWDINVESTING VON ÖKO-PROJEKTEN 69

Best-Practice-Beispiel von CONDA und oekostrom AG zeigt die Relevanz von Öko-Projekten für InvestorInnen / Hannah Sturm

ES LEBE DER REINE UNTERSCHIED! 72

Warum auch eine Kreditkarte ökologisch sein muss / Karl Kainzner

DIE ÖKOLOGISCHE NOTWENDIGKEIT EINER EIWEISSWENDE 74

Mehrfachnutzen durch neue landwirtschaftliche Konzepte ist möglich! / Matthias Krön

NACHHALTIGKEIT IST KEIN LUXUS 76

Best-Practice aus der Unternehmense Praxis eines Premium-Produktanbieters / Mag. Markus Ferrigato

ECODESIGN-BEST PRACTICE 79

Eine Kolumne zur Vorstellung ökologischer Produktkonzepte / Dr. Wolfgang Wimmer

BILDUNG



80 DIGITAL KANN SOZIAL?

Wie komplizierte Texte für alle verständlich werden / Mag. Klaus Candussi

82 DIE RICHTIGE SPRACHE ALS SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG

Eine humoristische Beispielsammlung, mit dem ersten Rat, es besser zu machen / Dr. Leopold Declodet

84 MEDIEN NEU DENKEN UND NEU LEBEN

Das Bewegtbild bestimmt die Zukunft! / Golli Marboe

87 WEITBLICK-CHAMPIONS SIND JETZT GEFRAGT

Eine neue SENATs-Initiative für HTL-AbsolventInnen und Unternehmen / Jochen Ressel

GESUNDHEIT

HERZ IM BUSINESS 89

Ein Muss für „gesunde“ Unternehmen / Mag. Andrea Ristl

UNTERNEHMEN BRAUCHEN SINNVOLLE GESUNDHEITSTOOLS! 92

Die Gesundheits-Toolbox des SENAT unterstützt sinnvoll! / Gabriele Stowasser

KRANKE GESELLSCHAFT, ODER MACHT UNSERE GESELLSCHAFT KRANK? 97

Was gegen Burnout und Süchte getan werden kann / Prof. Dr. Otto-Michael Lesch

ÜBER DEN TELLERRAND GESCHAUT 99

Weil wesentlich ist, wie wir uns ernähren! / Johanna Graisy & Christoph Liebscher

EVALUIERUNG PSYCHISCHER BELASTUNGEN AM ARBEITSPLATZ 101

Lästige Pflicht oder Nutzenbringer? / Mag.^a Ulrike Amon-Glassl



SENATs-AKTIVITÄTEN



103 SENATs-AKTIVITÄTEN

Rück- und Ausblicke

WIRTSCHAFTS-NEWS



111 WIRTSCHAFTS-NEWS

Top-Informationen aus Top-Unternehmen



Bundespräsident Dr. Alexander Van der Bellen

MEINE SICHT AUF DIE MODERNE WELT



DER BUNDESPRÄSIDENT
IM INTERVIEW.

Seit 26. Jänner 2017 hat Österreich als erstes Land Europas ein Staatsoberhaupt an seiner Spitze, das aus der ökologischen Bewegung kommt. Für eine ökosozial ausgerichtete wirtschaftspolitische Organisation, wie dem SENAT DER WIRTSCHAFT, ist die Weltsicht von Bundespräsident Dr. Alexander Van der Bellen daher von besonderem Interesse. Im Interview mit Jochen Ressel gibt er Einblick in seine Einschätzung über die Bedeutung der Ökologie für aktuelle und künftige Veränderungsprozesse und was das für uns alle bedeutet.



Herr Bundespräsident, Sie sind seit geraumer Zeit nicht nur Beobachter, sondern aktiver Gestalter der politischen Prozesse unseres Landes. Sie sind der erste Bundespräsident, der seine Heimat in einer ökologisch orientierten Partei hat. Für uns als ökosoziale Wirtschaftsorganisation gilt dies als sichtbares Zeichen einer generellen Veränderung von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

Wenn Sie Ihren Blick auf die letzten Jahre und Jahrzehnte richten: Welche Ereignisse haben aus Ihrer Sicht die Gesellschaft von heute am nachhaltigsten verändert?

Lange Zeit haben die Menschen in Europa glauben können, dass Frieden und Freiheit, Demokratie und Wohlstand quasi Selbstläufer sind. Wir waren uns sicher und haben gemeint, das wird immer so weitergehen. Die Terroranschläge 2015 in Paris und in anderen Hauptstädten haben uns aber vor Augen geführt, dass Hass und Gewalt, Rassismus und Intoleranz in verschiedener Form jederzeit wiederkehren können. Als Gegenreaktion werden da und dort

plötzlich sogar ernsthaft unsere zentralen demokratischen Werte in Frage gestellt.

Ich würde sagen, Europa wurde ziemlich unsanft wachgerüttelt. Wir wurden auch förmlich gezwungen, über den eigenen Tellerrand hinauszuschauen und uns z. B. auch für den Krieg in Syrien, für das Elend der Flüchtlinge sowie die großen globalen Migrationsbewegungen und ihre ökologisch-ökonomischen Ursachen zu interessieren. Die wahrscheinlich

größte Herausforderung, vor der wir stehen, ist die bereits einsetzende Klimakatastrophe. Die aktuellen Unwetterkatastrophen im heurigen Sommer in Österreich oder die Hurrikans in den USA sind klare Zeichen für einen dringenden Handlungsbedarf. Ein Umdenken ist vor allem in vielen Gesellschaften, aber auch in der Wirtschaft bereits sichtbar, auf der politischen Ebene braucht es hier mehr Entschlossenheit, denn die Zeit beginnt uns davonzulaufen.

Welche Rolle spielte bei dieser Bewusstseinsbildung aus Ihrer Sicht die Demokratisierung des Wissens und der Information durch Internet und Soziale Medien?

Zweifellos hat das Internet geradezu eine kulturelle Revolution ausgelöst, die wir noch gar nicht richtig einordnen können. Die rasante Digitalisierung, die multimediale Kommunikation und der offene Zugang zu Millionen von Informationsquellen macht es nicht gerade leicht, Wichti-

ges von Unwichtigem zu unterscheiden. Die Bürgerinnen und Bürger sind mündiger geworden, aber wir müssen daran arbeiten, diese Mündigkeit in der digitalen Welt nicht wieder zu verlieren. Andererseits verlieren sich manche in ihren eigenen digitalen Echoräumen und nehmen

nur mehr wahr, was ihre Weltsicht bestätigt. Die größte Herausforderung scheint mir zu sein, doch etwas öfter den Blick vom Display zu heben, um zu sehen, was wirklich Priorität hat.

In der aktuellen politischen Diskussion spielt der ökologische Aspekt allenfalls eine Nebenrolle, obwohl viele Probleme wie Migration usw. ursächlich mit der Klima-Thematik zusammenhängen. Warum ist das so, während gleichzeitig das ökologische Bewusstsein der Gesellschaft ständig wächst?

In Österreich wird tatsächlich zu wenig über ökologische Probleme diskutiert. Aber, wie ich schon erwähnt habe, bei der UN-Generalversammlung war die Klimakrise eine Top-Priority. Und Sie haben Recht, viele Fluchtbewegungen hängen mittelbar oder unmittelbar mit der Klimakatastrophe zusammen. Was das ökolo-

gische Bewusstsein betrifft, so denke ich, das wächst deshalb, weil die Menschen wissen, dass sie nicht zu einer passiven Rolle verurteilt sind. Jede und jeder kann selbst einen Beitrag leisten. Das beginnt bei der täglichen Kaufentscheidung im Supermarkt und endet bei der Unterstützung von Menschen bei ihren Umweltschutz-

bemühungen in anderen Teilen der Welt. Da erwarte ich auch keine Rückschläge, sondern lauter kleine und große menschliche „Kraftwerke des Geistes“, mit dem Ergebnis einer gesellschaftlichen Veränderung. Das stimmt mich auch wirklich optimistisch, wenn ich zum Beispiel an das Engagement der Jugend denke. ►



Dr. Alexander Van der Bellen

wuchs im Tiroler Kaunertal und in Innsbruck auf. Nach seinem Studium der Volkswirtschaft schlug er eine akademische Laufbahn ein, lehrte am Wissenschaftszentrum Berlin, der Universität Innsbruck und an der Universität Wien. 1994 wurde er als Abgeordneter in den Österreichischen Nationalrat gewählt, drei Jahre später wurde er der Bundessprecher und 1999 Obmann des Grünen Klubs im Parlament. 2008 legte er seine Parteifunktionen nieder und blieb bis 2012 Abgeordneter des Nationalrats. Bis 2015 fungierte er als Abgeordneter zum Wiener Landtag und als Mitglied des Wiener Gemeinderates, ehe er 2015 die Kandidatur für das Amt des Bundespräsidenten annahm. Er ist seit dem 26. Jänner 2017 das Staatsoberhaupt der Republik Österreich.

Bilaterales Gespräch mit UN-Generalsekretär António Guterres im Sept. 2017.



Welche Veränderung muss passieren, damit diese Themen künftig umsetzbar sind?

Ich denke, dass in ganz vielen Bereichen schon sehr viel passiert. Denken Sie nur die nachhaltige Technologie, die ungeheure Wachstumsraten hat und auf Ressourcenschonung ausgelegt ist. Das Problem ist nur, dass

uns die Zeit davonzurennen droht, wollen wir die drohende Klimakatastrophe verhindern. Da braucht es ein gutes Zusammenspiel von Politik, Zivilgesellschaft und nachhaltiger Industrie. Also einen

Schulterschluss aller, die an einer positiven Umwelt-Entwicklung interessiert sind, jenseits von ideologischen Scheuklappen. Das sage ich auch ganz bewusst als Bundespräsident.

Wenn Sie Ihren Blick auf die nächsten Jahrzehnte richten, im Hinblick auf unsere Gesellschaft, geopolitische Veränderungen usw.: Welche Veränderungen werden unsere Gesellschaft und Wirtschaft ganz wesentlich beeinflussen?

Für mich sind die zentralen Begriffe die Worte „global“ und „gemeinsam“. Die zentralen Fragen der Menschheit kennen keine nationalen, religiösen oder ethnischen Grenzen mehr.

Sie sind nur grenzüberschreitend, im Rahmen der Weltgemeinschaft lösbar. Die zentralen Herausforderungen, die wir bewältigen müssen, sind die Abwendung der Klimakata-

strophe, die rasant auf uns zuschreitende Digitalisierung der Arbeitswelt, die Chancen und Risiken birgt, und natürlich die Migrationsbewegungen.

Haben Sie selbst auch ein persönliches Erfolgsrezept im Umgang mit Veränderungen?

„Mutig in die neuen Zeiten“, heißt es in der ersten Zeile der dritten Strophe

der Österreichischen Bundeshymne. Der Satz gefällt mir. Wer so denkt,

hat sich entschieden, Verantwortung zu übernehmen und etwas zu tun.

Herzlichen Dank für das Gespräch!
Das Interview führte Jochen Ressel. 

ZUKUNFT - WEITBLICK : 40 JAHRE DELTA



Bauen ist eine Profession, die sich nur langsam weiterentwickelt. Während es andere Branchen vor 100 Jahren noch gar nicht gegeben hat und diese jetzt mit Roboterunterstützung fertigen, ist in der Baubranche die Digitalisierung nur in Teilbereichen angekommen.

Ein Unternehmen, das seit vielen Jahren unermüdlich daran arbeitet neue Ideen und Technologien in Planung und Ausführung von Bauprojekten zu bringen, wird heuer 40 Jahre alt: Es handelt sich dabei um die DELTA Unternehmensgruppe. 1977

in Wels in OÖ als Architekturbüro gegründet, ist DELTA mittlerweile als Gesamtdienstleister im Hochbau mit 4 Standorten in Österreich und Niederlassungen in Tschechien, der Slowakei und der Ukraine tätig. Mehr als 170 Mitarbeiter - Architekten, Ingenieure, Kaufleute, Juristen und IT-Spezialisten - betreuen jährlich ein Bauprojektvolumen von ca. EUR 4,5 Mrd. sowie IT-Systeme verschiedenster Branchen.

Ein langfristig geplanter Eigentümerwechsel wurde Anfang 2011 vollzogen, nun arbeitet die 2. Generation

im Sinne der Firmengründer auf deren Wertebasis und Führungsprinzipien erfolgreich weiter.

DELTA ist Gesamtdienstleister mit einer red line und einer green line. Der Fokus der red line liegt auf der Optimierung der Errichtungskosten und des Bauprozesses. Die green line steht für die Optimierung der Lebenszykluskosten und des Gebäudes im Hinblick auf den gesamten Lebenszyklus.

Drei Arbeitsschwerpunkte zur aktiven Gestaltung der Zukunft werden bei DELTA bearbeitet:

1. Datenpool: Die weltweite Vernetzung und Digitalisierung griff DELTA aktiv auf und entwickelte eine digitale Datenplattform namens „Datenpool“ zur „barrierefreien“ Kommunikation und Datenablage für Teams, für mobiles und stationäres Arbeiten.
2. Building Information Modeling, eine neue Form des Miteinanders bei der Erstellung von mehrdimensionalen Gebäudemodellen. Insbesondere bei der lebenszyklischen Optimierung von Bauprojekten wie sie bei der DELTA green line essentiell ist.
3. Kulturgestaltung in Bauprojekten: Für ein erfolgreiches Bauprojekt braucht es die richtige Kultur des Miteinanders. Die Tatsache, dass diese kein Produkt des Zufalls ist, sondern einer bewussten Beschäftigung bedarf, nützt DELTA und setzt spezielle Tools zur Förderung von Partnerschaftlichkeit, Wertschätzung und Konfliktfähigkeit ein.

DELTA will eine Brücke schlagen, in eine Zukunft der Ressourcenschonung und des neuen Miteinanders auf Augenhöhe, mit Fairness und gegenseitiger Wertschätzung. 40 Jahre DELTA eine lange Zeit, doch das Team von DELTA arbeitet daran, auch die nächsten 40 Jahre so erfolgreich zu gestalten.



Pater Anselm Grün

VERÄNDERUNGEN UND WIE WIR DAMIT ZURECHTKOMMEN

EINE PRAXISRELEVANTE REFLEXION MIT SPIRITUELLEM HINTERGRUND

Die meisten von uns arbeiten in Unternehmen und Institutionen, die einen relativ überschaubaren Zeitrahmen überblicken. Das eine oder andere Familienunternehmen mag mitunter vor 100 Jahren oder mehr gegründet worden sein, aber die meisten Unternehmen sind wenige Jahrzehnte alt. Das war ein Grund, sich an jemand zu wenden, der als einer der „Weisen“ unserer Zeit gilt und in einer nahezu 2.000 Jahre alten Institution tätig ist. Der zweite Grund war die Suche nach philosophischen und spirituellen Zugängen zum Thema „Veränderung“. Pater Anselm Grün gewährt im Interview mit Jochen Ressel einen Einblick in seinen Zugang zu Veränderungen und regt zum Nachdenken darüber an, wie wir damit zurechtkommen.

Pater Anselm Grün, Sie sind Teil einer Jahrtausende alten Institution, die Veränderungen in anderen Dimensionen misst, wie die Gesellschaft im Allgemeinen. Sie kommt dadurch auch immer wieder in die Kritik, nicht modern genug zu sein. Trotzdem gibt es die Kirche schon weitaus länger als alle Unternehmen, die sich angeblich laufend weiterentwickeln. Was gewährleistet aus Ihrer Sicht Überleben in Zeiten radikaler Veränderung?

Eine Institution wie die Kirche kann nur überleben, wenn sie bereit ist, sich immer wieder zu erneuern. Aber Erneuerung ist etwas anderes als sich

ständig zu verändern. Erneuerung heißt, immer wieder an die Quelle zu kommen, aus der die Kirche lebt. Und diese Quelle ist letztlich der

Geist Jesu Christi. Und die Kirche muss sich immer wieder in Frage stellen, wo sich z.B. Ämter und Machtstrukturen verselbständigen.

Wie finden Sie persönlich ein gesundes Verhältnis zwischen Schritt-halten-mit-der-Zeit und dem kritischen Abwarten, wie sich Dinge langfristig entwickeln?

Für mich ist es wichtig, offen zu sein für neue Entwicklungen. Aber ich muss nicht jeder modernen Entwick-

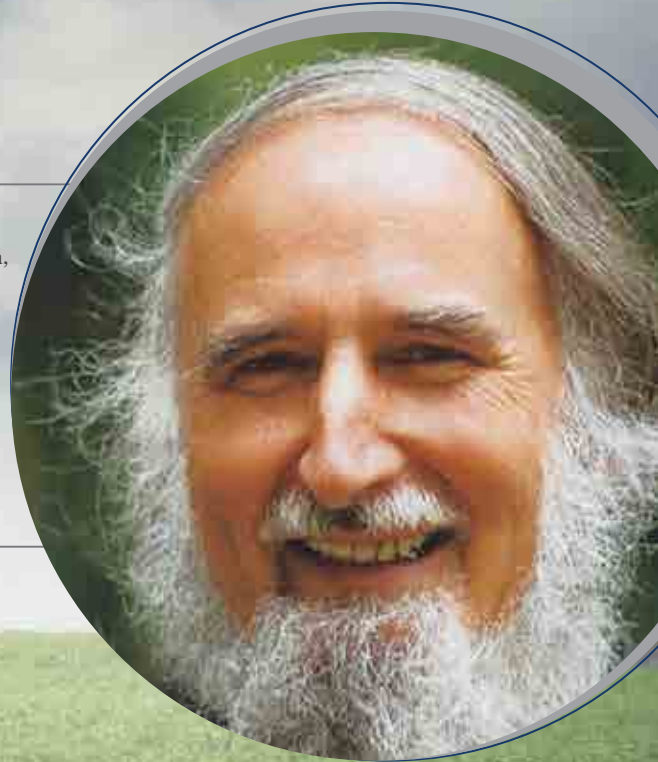
lung sofort nachlaufen. Ich prüfe erst, was sie bedeuten. Und dann urteile ich, wie weit sie mir und meiner Insti-

tution - das ist vor allem das Kloster, in dem ich lebe - helfen kann, in dieser Zeit gut und authentisch zu leben.



Pater Anselm Grün

Nach seiner Tätigkeit im Elektrogeschäft seiner Eltern trat er mit 19 Jahren, nach der Matura, in die Benediktinerabtei Münsterschwarzach bei Würzburg ein. Von 1977 bis 2013 war er, nach dem Studium der Philosophie, Theologie und Betriebswirtschaft, der wirtschaftliche Leiter der Abtei und damit für rund 300 Mitarbeiter in über 20 Betrieben verantwortlich. Mittlerweile sind rund 300 Bücher von ihm in einer Gesamtauflage von über 14 Millionen Stück weltweit erschienen. Im Vier-Türme-Verlag der Abtei Münsterschwarzach sind davon bisher über 100 Titel erschienen, welche in 30 Sprachen übersetzt wurden.



Wir leben in einer Welt der Veränderungswut, die an Geschwindigkeit zunimmt und es scheint, als könne man sich dem kaum entziehen. Was raten Sie uns in diesem Veränderungsstrudel?

Für mich hat die Veränderungswut etwas Aggressives an sich: Ich muss ein anderer Mensch werden, weil es so, wie ich bin, nicht gut ist. Für mich ist die christliche Antwort auf diese Veränderungssucht die Verwandlung. Verwandlung heißt: Ich würdige mich, so wie ich geworden bin. Ich würdige auch die Firma, in der ich

arbeite, wie sie geworden ist. Alles, was ist, darf sein. Aber ich bin noch nicht der oder die, die ich von meinem Wesen her sein könnte. Und die Firma hat auch noch nicht ihr Potential entfaltet, das in ihr steckt und das sie befähigt, auf die heutigen Herausforderungen zu antworten. Das Ziel der Veränderung ist, ein anderer

oder eine andere zu werden. Das Ziel der Verwandlung ist, immer mehr ich selber zu werden. Wandlung ist notwendig. Denn was sich nicht wandelt, erstarrt. Aber Veränderung ist oft blind. Manche verwechseln Führen mit Staubaufwirbeln. Sie sehen gar nicht das Ziel der Veränderung.

Welche Werte halten Sie in Veränderungsprozessen wie wir sie gerade erleben für besonders wichtig? Was sind die „Anker“ einer Gesellschaft, wenn alles volatil ist?

Für mich sind die Werte der griechischen Philosophie entscheidend, wie Gerechtigkeit, Tapferkeit, das rechte Maß und Klugheit. Aber auch

die christliche Werte, wie Glaube, Hoffnung und Liebe, sind heute wichtig, damit wir in der Gesellschaft gut miteinander leben können, voller

Hoffnung auf eine gerechtere und menschlichere Welt. ►



In einem Interview haben Sie sich kürzlich sehr interessant zum Thema „Geld“ geäußert und seinen dienenden Charakter hervorgehoben. Wie können Wirtschaft und Gesellschaft diesen Charakter verstehen lernen, um zukunftsfähig zu bleiben?

Wir brauchen Geld, um zu leben. Aber Geld kann auch zur Sucht werden. Ich muss immer mehr Geld verdienen. Geld dient den Menschen.

Um etwas für die Menschen tun zu können, brauche ich Geld. Aber ich selbst brauche auch immer die innere Freiheit gegenüber dem Geld, damit

das Geld mich nicht beherrscht. Wer mit Geld gut umgehen will, muss frei sein von Angst und von Gier.

In welcher aktuellen und künftigen Veränderung der Gesellschaft sehen Sie die größte Zukunftschance?

Ich sehe in der wachsenden Globalisierung eine große Chance. Die Völker und Kulturen kommen immer mehr in den gemeinsamen Austausch. Natürlich steckt darin auch

eine Gefahr. Denn viele begegnen dieser Bewegung mit Angst vor dem Fremden. Aber das Fremde anzuschauen und es als Spiegel für das Fremde in mir zu sehen, darin sehe

ich eine große Chance einer größeren und menschenfreundlicheren Gemeinschaft in der Welt.

Herzlichen Dank für das Gespräch!
Das Interview führte Jochen Ressel. 

intertechno Funk-Technik – die absolute Freiheit zur Schaltung von Lampen und Elektrogeräten

- Einfach, preisgünstig, staubfrei, flexibel, individuell und sofort realisierbar.
- Schalter verlegen ohne Stemmen und Bohren, auch auf Glas, Spiegel, Fliesen.
- Wählen Sie aus unserem umfangreichen Produktprogramm den passenden Sender und Empfänger.



seit 1970
intertechno[®]

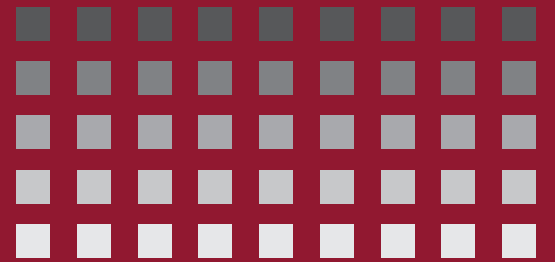


Ideal für die nachträgliche Änderung oder Erweiterung Ihrer Elektroinstallation, schneller und günstiger als eine konventionelle Lösung. Auch in Fertigteilhaus, Holzriegelbauweise oder Mietwohnung.

Smart Home by Smartphone. Mit der Gratis-App und Widgets vom Sofa aus bequem Beleuchtung und Elektrogeräte in Gruppen und Szenarien schalten. Umfangreiche tägliche und wöchentliche Timermöglichkeiten.

Von unterwegs alle Schaltungen zuhause im Griff, inklusive Überwachung, Rückmeldung von Schaltvorgängen und Stromausfallwarnung. Absolut sichere Datenübertragung per SMS ohne Fremdserver oder Cloud.

ART[®]



INNSBRUCK

22. INTERNATIONALE KUNSTMESSE | 19.– 21. JHDT.

25 – 28 JANUAR 2018

PODIUMSDISKUSSION SENAT DER WIRTSCHAFT
MIT EX-VIZE-KANZLER DR. ERHARD BUSEK



Messe Innsbruck
Haupthalle A
DO – SA / 11.00 – 19.00
SO / 11.00 – 17.00
www.art-innsbruck.com

AFS LOGISTIC SOLUTIONS
ALL FREIGHT SYSTEMS
ART FAIR LOGISTIC PARTNER

 SENAT DER
WIRTSCHAFT



DI Dr. Georg Pölzl – Generaldirektor, Österreichische Post AG



DI Dr. Georg Pölzl

studierte und promovierte an der Montanuniversität Leoben. Seine berufliche Laufbahn startete er als Unternehmensberater bei McKinsey & Co. Danach wechselte er in den Vorstand des Maschinen- und Anlagenbauers Binder & Co AG. Insgesamt neun Jahre lang leitete Georg Pölzl anschließend T-Mobile Austria in Wien. Es folgte sein Wechsel nach Deutschland, wo er als Sonderbeauftragter des Vorstandes der Deutschen Telekom für die Umsetzung des erfolgreichen Restrukturierungsprogramms verantwortlich war. Zuletzt war Georg Pölzl als Sprecher der Geschäftsführung von T-Mobile Deutschland tätig. Seit 2009 ist er Vorstandsvorsitzender und Generaldirektor der Österreichischen Post AG.

WIE VERÄNDERT MAN EIN UNTERNEHMEN?

ÜBER WESENTLICHE ERFOLGSFAKTOREN IN CHANGE-PROZESSEN

Der Wandel der Österreichischen Post- und Telegraphenverwaltung zum Konzern Österreichische Post AG, wie er sich heute darstellt, ist bemerkenswert. Schon alleine der Prozess vom Amt zum Unternehmen ist herausfordernd, wären da nicht noch jede Menge weiterer Faktoren, die für die Zukunftsfähigkeit von essentieller Bedeutung sind: die durch die Digitalisierung veränderten Ansprüche an die Produkte, die damit verbundenen veränderten Anforderungen an MitarbeiterInnen-Qualifikationen, die Anforderung, das Unternehmen ökologisch auszurichten, die politischen Einflussnahmen u.v.m. DI Dr. Georg Pölzl hat die Herausforderung angenommen, die Österreichische Post AG in eine neue Zeit zu führen. Im Interview mit Jochen Ressel spricht er über seine Sicht auf Veränderungsprozesse und wie sie Chance auf Erfolg haben.



Herr Generaldirektor, wie gehen Sie an die immer und fortlaufend notwendigen Veränderungsprozesse heran, die ja gerade in Ihrem Unternehmen sehr tiefgreifend sind und aufgrund der MitarbeiterInnen-Anzahl öffentlichkeitswirksame und auch volkswirtschaftliche Relevanz haben?

Wesentlich ist aus meiner Sicht, dass man an die Veränderungen mit einer Strategie herangeht, die jeder verstehen kann. Dazu braucht es Klarheit, denn nur dadurch entsteht Orientierung und damit eröffnet sich die Möglichkeit, die Veränderungsnotwendigkeit zu erkennen und dann auch mitvollziehen zu können.

Das passiert aber nicht „nebenbei“. Dafür braucht es Bewusstsein, denn Change Management ist zu einem großen Teil Organisationsarbeit. Es muss vor dem Beginn des Veränderungsprozesses sorgfältig durchdacht werden: Was ist an Veränderungen zumutbar? Wie binden wir alle mit ein? Welche Kommunikationsmaß-

nahmen braucht es aufgrund dessen? Das Ziel muss es sein, dass die Menschen in den Veränderungsprozessen selbst zu den Treibern der Veränderung werden. Schlussendlich müssen es die MitarbeiterInnen sein, die diese Veränderung selbst wollen und voranbringen.

In tiefgreifenden Veränderungsprozessen stellen sich schwerpunktmäßig zwei Fragen: Was und wie. Welcher Aspekt hat dabei für Sie mehr Gewicht und braucht mehr Aufmerksamkeit?

Was verändert werden soll und mitunter verändert werden muss, liegt oftmals sehr schnell am Tisch. Da gibt es Benchmarks, Kennzahlen, Finanzdaten, Zielsetzungen u.v.m. aus denen die Ableitung jener Maßnahmen erfolgt, die notwendig sind. Weniger klar ist das „Wie“. Dabei

muss man sich bewusst machen, dass es keine Generalrezepte gibt. Es ist eben ein Prozess, den alle Betroffenen mitgestalten. Daher ist die Einbindung aller relevanten Gruppen so essentiell. Ob LieferantInnen, MitarbeiterInnen, Post PartnerInnen: sie alle haben Inputs, die für das Wie

erfolgsrelevante Inputs geben können und das auch tun, wenn die Notwendigkeit der Veränderung klargemacht werden kann. Daher braucht dieser erste Schritt eine ganz bewusste Kommunikation.

Wie bewerten Sie dabei Ihre eigene Rolle aus einer ganz persönlichen Sicht?

Mir ist klar, dass ich – wie alle anderen Führungskräfte auch – in den Veränderungsprozessen ein Manager von Interessen bin. Ich leiste aktive Entwicklungsarbeit, indem ich Menschen befähige, die Veränderung mit-

zugehen. Mir ist immer bewusst, dass Veränderungsarbeit die Arbeit gegen Ängste ist. Diese muss man in höchstem Maße ernst nehmen, da man sonst nicht mit ihnen arbeiten kann. Es ist meine Aufgabe, Angst in Verän-

derungsmotivation umzupolen – und dafür ist das klare Zukunftsbild und wie man dieses vermittelt so wichtig. Der neue Zustand, nach der Veränderung, muss so attraktiv sein, dass man ihn gerne erreichen will.

Ein Bereich, in dem sich Ihr Unternehmen zu einem führenden Player verändert hat, ist der Bereich Nachhaltigkeit und Ökologie. Was war der Auslöser für den Weg in die ökologische Zukunft?

CO₂-Neutralität ist eindeutig ein Kundenwunsch und daher ein Wettbewerbsvorteil. Ein Unternehmen dieser Größe macht tatsächlich einen ökologischen Unterschied für unser Land, weil es eben nicht egal ist, ob in den Jahren 2011 bis 2016 in Sum-

me mehr als 400.000.000 Tonnen CO₂ verantwortungslos emittiert oder verantwortungsvoll laufend reduziert und kompensiert werden. Wir haben es mit Stolz geschafft, dass Nachhaltigkeit und ökologische Orientierung nicht mehr ersetzbar sind, denn das

ist ein fixer Teil unseres sozialen und auch ökonomischen Leitbildes geworden. Daher spielt Nachhaltigkeit auch im Rahmen unserer Investor Relations eine ganz zentrale Rolle. ►



Wie ist diese Unternehmensausrichtung ganz konkret sichtbar?

In erster Linie in unserem Gebäudemanagement. Dort lagen - und liegen immer noch - die größten Ressourcen für unsere ökologische Ausrichtung. Von 2010 bis 2015 konnten wir die CO₂-Emissionen um rund 20% verringern - einen großen Anteil daran haben unsere umgesetzten Energieeffizienz-Maßnahmen an Gebäuden. Ein weiterer zentraler Punkt ist die Mobilität. Die Österrei-

chische Post AG ist durch unseren öffentlichen Auftrag der Postlogistik das kraftfahrzeugintensivste Unternehmen des Landes. Wir legen jedes Jahr ca. 125 Millionen km zurück - und das mit über 9.500 Fahrzeugen, vom Lkw bis zum Fahrrad. Im Hinblick auf die Umwelt sind 50 % des gesamten Energieverbrauchs unseres Unternehmens der Transportlogistik geschuldet. Wir stellen daher mit

mehr als 1.400 Fahrzeugen die größte Elektromobilitätsflotte des Landes und zeigen so aktiv, dass wir Verantwortung in diesem Bereich übernehmen.

Die Energiebeschaffung durch Photovoltaikanlagen und unsere Abfallstrategien sind weitere Beispiele, wie unsere Nachhaltigkeitsorientierung zum Ausdruck kommt.

Werden Sie im ökologischen Change-Prozess ausreichend unterstützt?

Der ökologische Zug fährt, aber in unserem Land ist er viel zu langsam unterwegs. Wir fordern auch für unser Unternehmen vermehrte Subventionen für den Ökologiebereich, weil wir durch unsere Größe diesen Be-

reich auch ganz wesentlich mitentwickeln und viele weitere Unternehmen im Bereich des Mittelstands von unserer Entwicklungsarbeit profitieren - bewusst oder unbewusst. Mit unserer E-Flotte leisten wir z.B. ganz aktiv

Entwicklungsarbeit für E-Mobilität in Österreich und das muss gesehen und auch abgegolten werden, wenn wir die Pariser Klimaziele wirklich ernst nehmen.

Abschließend noch eine Frage nach der ländlichen Infrastruktur. Es gab viele Diskussionen über die Rolle der Österreichische Post AG im Bereich der ländlichen Entwicklung, mitunter wurden Sie als Totengräber des Zusammenlebens im ländlichen Bereich brandmarkt. Wie sehen Sie diesen Veränderungsprozess?

Wie eingangs erwähnt, ist Veränderungsarbeit die Arbeit mit Ängsten. Diesen konnten wir faktisch und auch emotional gut begegnen. Das Versorgungsnetz ist über die Post Partner heute dichter, als das früher mit den eigenen Postfilialen war. Das bemerken die Menschen im ländlichen Raum im täglichen Leben, denn uns ist vollkommen klar: Die Post hat ein serviceorientiertes Unternehmen zu sein - für ganz Österreich.

Und dann gibt es noch die ökonomische Sichtweise. Das alte System fortzuführen wäre schlichtweg nicht

vertretbar, denn es würde uns - bei schlechterer Servicequalität - pro Jahr (!) über 100 Mio. Euro mehr kosten, als das Post Partner-System. Dieses neue System ist einfach die Bündelung von Kräften und es entsteht eine Win-Win-Situation für alle: für den Post Partner, der die Frequenz in seinem Geschäft steigert und durch moderne Post-Produkte auch einen technologisch interessanten Job hat, für die KundInnen, die ein dichteres Servicenetz vorfinden und, uns als ein Unternehmen, das eine ökonomisch vertretbare Struk-

tur aufgebaut hat. Denn eines ist auch jedem klar: Durch die fortschreitende Digitalisierung sinken die zu bewegend Volumina für die Österreichische Post AG - aber Löhne, Gehälter, Infrastrukturkosten usw. steigen laufend. Man muss kein großer Ökonom sein um zu verstehen, dass wir daher sorgsam wirtschaften müssen. Daher bemühen wir uns um einerseits neue und technologieorientierte Produkte und andererseits um zukunftsfähige Strukturen, mit denen wir bestmögliches Service bieten.

Herzlichen Dank für das Gespräch!

Das Interview führte Jochen Ressel. 



Generaldir. Pözl präsentiert beim Interview das Zertifikat für die klimaneutral gestellten 365 Millionen Tonnen CO₂-Emissionen der Post AG für den Zeitraum 2011 bis 2015

Den Fortschritt erleben.



Spitzenleistungen dank Spitzentechnik

Liebherr ist faszinierende Technik. Seit Jahrzehnten stehen wir für Spitzenqualität in vielen Bereichen. Ob Turmdrehkrane oder Fahrzeugkrane – ob Hydraulikbagger oder Radlader – ob Planier- und Laderaupen oder Maschinen für die Betontechnik.

Mit Liebherr erleben Sie den Fortschritt. Neben Baumaschinen entwickelt, konstruiert und fertigt Liebherr Krane für den Hafenumschlag, hochwertige Kühl- und Gefriergeräte,

Werkzeugmaschinen, entscheidende Komponenten für die Luftfahrt und den Schienenverkehr sowie Lösungen für die mechanische, hydraulische und elektrische Antriebs- und Steuerungstechnik. Sechs Hotels in Irland, Österreich und Deutschland gehören ebenfalls zur Firmengruppe. Rund 42.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in über 130 Gesellschaften weltweit sorgen dafür, dass Liebherr auch in Zukunft Ihr verlässlicher Partner bleibt.

LIEBHERR



Rechtsanwältin Dr. Nina Ollinger – Franchise-Anwältin

FRANCHISING VERÄNDERT DIE WELT: ÜBER KOOPERATION ZUM ERFOLG

ÜBER OFFENHEIT, KLARHEIT UND TEAMFÄHIGKEIT, DIE DADURCH BEWIRKTE WETTBEWERBSFÄHIGKEIT UND ERFOLG

Auch wenn regelmäßig betont wird, dass die kleinen und mittleren Unternehmen Österreichs bzw. der vielbeschworene Mittelstand das Rückgrat unserer Wirtschaft und Gesellschaft sind: Die Faktoren, die gerade diesen Leistungsmotor unter Druck setzen, sind vielfältig und haben alle ein gemeinsames Ergebnis: Ohne eine Form der Zusammenarbeit wird es immer schwieriger, wettbewerbsfähig zu bleiben und erfolgreich zu sein. Für viele vielleicht der richtige Zeitpunkt, über Möglichkeiten der Kooperation nachzudenken. Eine wird immer beliebter: das Franchising.

In einer Welt, in der die Herausforderungen an unser Leben im Allgemeinen und an unser wirtschaftliches Handeln im Speziellen täglich größer werden, finden auch die Transformationen in der Wirtschaft immer rascher statt. Unternehmen werden verkauft oder still gelegt, Marken

kommen und gehen und Überlegungen, die wirtschaftliche Zukunft zwar als Unternehmer, aber nicht mehr allein, sondern in einem Verbund zu gestalten, gewinnen an Bedeutung. In diesem Zusammenhang bieten sich eine Vielzahl an Möglichkeiten zur Kooperation an, mit all ihren Vor-

aber auch Nachteilen. Franchising ist oft die ideale Möglichkeit, seine wirtschaftlichen Eigenständigkeit – egal ob als Franchisegeber oder -nehmer – mit vertraglich definierten Rahmenbedingungen als Festlegung der partnerschaftlichen Zusammenarbeit zu verknüpfen.



Franchising: das Beste beider Welten?

Schon Henry Ford meinte: „Zusammenkommen ist ein Beginn, zusammenbleiben ist ein Fortschritt, zusammenarbeiten ist ein Erfolg“ und stellte somit schon vor mehr als 100 Jahren den Konnex zwischen Erfolg und Zusammenarbeit her, der nach wie vor Gültigkeit hat. Und so sieht sich auch das Franchising als eine Partnerschaft, die auf gemeinsamen, langfristigen wirtschaftlichen Erfolg ausgerichtet ist. Dieses Kooperationsmodell ermöglicht dem Franchi-

segeber, seine in der Regel bereits in kleinerem Rahmen erprobte und erfolgreiche Geschäftsidee verhältnismäßig rasch zu vervielfältigen, ohne das volle unternehmerische Risiko einzugehen, aber zugleich, vor allem in Zeiten der zunehmenden Kreditknappheit, ohne immenses eigenes Investment zu tätigen. Dem Franchisenehmer wiederum bietet das Franchising eine Selbständigkeit, die ebenfalls unter vermindertem Risiko geschieht. Das ist auch der Grund,

warum viele Franchisenehmer auf diesem Weg die – oftmals ersehnte – Selbständigkeit wagen. So gesehen kann man im Falle des Franchisings in der Tat davon sprechen, dass die Vorteile der Selbständigkeit mit einer Reduzierung des unternehmerischen Risikos, ähnlich wie man es in der Welt der unselbständig Beschäftigten genießt, verknüpft werden. Nicht zuletzt deshalb ist Franchising ein zukunftsweisendes Modell.

Die Herausforderungen anpacken – gemeinsam

Aber auch die Herausforderungen, insbesondere durch die Digitalisierung, sind vielfach nur mehr oder zumindest besser gemeinsam zu bewältigen. Ein treibender Faktor ist sicherlich die Anspruchsinflation seitens der Konsumenten, genauso wie der sich nachhaltig veränderte Kaufprozess. Beide Entwicklungen wurden maßgeblich durch die Digitalisierung beeinflusst, genauso wie die

zunehmende Internationalisierung der Waren und auch Dienstleistungen. Das bedeutet einen nochmals verschärften Wettbewerb, dem sich der Unternehmer zu stellen hat genauso wie – aufgrund der schier unüberschaubaren Möglichkeiten des Verkaufs und der Vermarktung – die Notwendigkeit, sich ein immer größeres Know-How anzueignen. Auch hier setzt Franchising an.

Durch Aufgaben und Kompetenzen, die klar geregelt und schriftlich dokumentiert werden, bringt jeder seine Expertise ein und profitiert von jener des Anderen. Somit kann sich sowohl der Franchisegeber als auch der Franchisenehmer auf die jeweiligen Aufgaben konzentrieren, ohne Angst haben zu müssen, dass die anderen Bereiche zu kurz kommen.

Bin ich der oder die Richtige?

So wie bei jeder Tätigkeit bzw. bei jedem wirtschaftlichen Umfeld stellt sich auch im Franchising zunächst die Frage, ob dieses Modell – unabhängig vom jeweiligen Franchise-System oder -Gedanken – zu einem passt. Langfristig erfolgreiche Fran-

chise-Systeme basieren auf partnerschaftlichen Werten, denn genau diese Partnerschaft ist es, die das Franchising auszeichnet. Das bedeutet auch, dass man die Regeln einer Partnerschaft auch, und vor allem gerne, lebt die Achtung und Wert-

schätzung der jeweiligen Partner sowie ein gewisses Vertrauen, welches neben dem Regelwerk und dem Franchisevertrag dennoch notwendig ist, um gut und letztendlich erfolgreich miteinander zu arbeiten.

Gemeinschaft der Werbung und der Werte

Aufbauend auf den grundsätzlichen Werten, welche Franchise-Systeme mitbringen (sollten), hat selbstverständlich jedes Franchise-System seine eigene Kultur, seine eigenen Werte. Genauso wie der grundsätzliche Umgang mit Unternehmerpersönlichkeiten Partnerschaftlichkeit voraussetzt und somit einem Franchi-

se-System in der Regel inhärent ist, besteht eine weitere Charakteristik in klar definierten Strukturen, Abläufen und Verantwortlichkeiten. In der Regel liegt die Verantwortung für Marketing, Werbung und Kommunikation beim Franchise-Geber, ist gerade eine einheitliche Werbebotschaft für die Markenbildung unabdingbar.

Dahingegen sind die lokalen bzw. regionalen Aktivitäten im Bereich des Franchisenehmers angesiedelt, auch wenn meist eine Abstimmung mit dem Franchise-System erfolgt. So wird wiederum gemeinschaftlich agiert, auch wenn die Verantwortung bei einem Mitglied des Franchise-Systems liegt. ►



Strenge Rechnung, gute Freundschaft

Dass gerade die Marketing-Aktivitäten nicht von einem Partner allein zu stemmen sind, liegt auf der Hand, weswegen die Franchisenehmer gemeinhin eine Franchise-Gebühr zu entrichten haben. Natürlich ist man auch im Franchising bei aller Wert-

schätzung eine primär wirtschaftliche Gemeinschaft. Jedoch gilt es zu bedenken, dass seriöses Franchising nur dann langfristig funktionieren kann, wenn alle Franchise-Partner wirtschaftlich erfolgreich sind. Gerade deshalb ist es schon von Beginn

an wichtig, dass die gegenseitige Erwartungshaltung ausführlich, offen und klar besprochen wird und seriöse Geschäftsmodelle präsentiert bzw. erarbeitet werden.

Kein Franchising ohne Fair Play

Einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren guter Kooperationen und insbesondere Franchise-Systeme, wenn nicht sogar der Wichtigste, ist die Partnerschaftlichkeit und deren ständige

Pflege. „Geld kann in so einem System nur verdienen, wer sich gegenseitig als Partner achtet, wer miteinander und auch füreinander arbeitet und wer einen wertschätzenden, achtsa-


men Umgang pflegt“, betont auch die führende Franchiseberaterin und Senatorin Waltraud Martius in ihrem Buch „Fairplay Franchising“.

Franchising: Knebelung oder Klarheit

Auch wenn die enge Zusammenarbeit zwischen Franchisegeber und Franchisenehmer ein besonderes Vertrauensverhältnis erfordert, so ist es genauso erforderlich, eine solide Basis dafür zu haben – diese ist stets der Franchisevertrag. Er regelt Verantwortlichkeiten, Rechte und Pflichten sowohl des Franchisenehmers wie des Franchisegebers und ist somit die Grundlage für eine auf Fakten beruhende Kooperation. Ein guter Franchisevertrag hat somit auch die Aufgabe, Konflikte vorzubeugen oder sie zumindest durch eine eindeutige Faktenlage möglichst rasch und eindeutig helfen zu lösen. Gerade deshalb ist eine essentielle Empfehlung, den Franchisevertrag intensiv zu prüfen,

zu hinterfragen und vor allem zu verstehen, auch wenn dies im Regelfall bedeutet, professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen. Denn richtig gelesen offenbart sich neben den Fakten auch der Zugang des Franchisegebers zu den Themen Partnerschaft und Kooperation – indem der Franchisevertrag Klarheit schafft oder im schlimmsten Fall der Knebelung des Franchisenehmers dienen soll. Dies kommt zwar in den seltensten Fällen vor, ist dafür aber umso unangenehmer. Und nicht nur, aber auch beim Franchising ist es nicht ganz abwegig, die Zusammenarbeit mit einer Ehe zu vergleichen. Somit ist es durchaus sinnvoll, auch über die Vorgehensweise bei der Beendigung der Ko-

operation nachzudenken und diese auch schriftlich festzuhalten – selbst wenn man zu Beginn nicht an diese Möglichkeit denken will.

Wenn man also von Beginn an eine solide Basis für eine Kooperation – sei es in Form des Franchising oder in anderen Formen der Zusammenarbeit – schaffen will, tut man gut daran, die vertraglichen Rahmenbedingungen umfassend, klar schriftlich festzuhalten und das Einvernehmen über die Inhalte herzustellen. So kann man mit gutem Gewissen voller Energie und Tatkraft die weitere, gemeinsame Zukunft beginnen zu gestalten. 



Buch-Tipp: Nina Ollinger: „Der Franchisevertrag – Knebelung oder Klarheit?“

Der Franchisevertrag spielt – seitens des Franchisegebers gleichermaßen wie seitens des Franchisenehmers – die entscheidende Rolle, ist dieser doch Dreh- und Angelpunkt der gesamten Beziehung

zwischen den beiden Vertragsparteien. Dieses Buch widmet sich – verständlich formuliert und trotzdem umfassend aufbereitet – den gängigen Franchisevertrags-Klauseln und empfiehlt sich dadurch für alle, die sich mit dem Thema Franchising näher auseinander setzen. Ergänzt wird das Buch durch einen Beitrag der Franchise-Strategieexpertin Waltraud

Martius, die zum Thema „Fairplay Franchising auch beim Vertragsabschluss“ schreibt. „Die Zauberformel für die Zusammenarbeit heißt Vertrauen, das gilt auch und insbesondere für den Vertragsabschluss“, so die Franchiseexpertin.

**Dr. Nina Ollinger, LL.M.**

ist Rechtsanwältin und Inhaberin der Wienerwald Wohlfühlkanzlei in Purkersdorf, Klosterneuburg und Gablitz. Sie befasst sich mit der Beratung und der rechtlichen Vertretung von Unternehmen; ihre besondere Expertise liegt im Franchise-, Vertriebs- und Kartellrecht. Sie trägt regelmäßig vor, ist Autorin u.a. der Bücher „der Franchisevertrag“ und „Online versus Offline“ und Mitglied des Österreichischen Franchise-Verbandes sowie der Studienvereinigung Kartellrecht. Sie ist Senatorin im SENAT DER WIRTSCHAFT.



Real Success for Real Estate

BESUCHEN SIE
UNS AUF DER
**EXPO REAL
MESSE**
HALLE A1
STAND 110

DIE ETWAS ANDERE ART IMMOBILIEN ZU ENTWICKELN.

Ausgesprochen sorgfältig betreibt 6B47 Immobilienentwicklungen in Österreich, Deutschland und Polen. Von der Auswahl der Objekte über die Planung und Umsetzung bis zur Nutzung und Verwertung. Ausgesprochen transparent sind sämtliche Maßnahmen für Investoren. Sie entscheiden, in welche Projekte Sie mitinvestieren und sind in alle Entscheidungen eingebunden.

Ausgesprochen wird 6B47 übrigens so:

Six before Seven. Die Entscheidung kommt vor der Tat.

6B47 REAL ESTATE INVESTORS AG
HEILIGENSTÄDTER LÄNDE 29/4 | 1190 WIEN
WWW.6B47.COM | T +43 1 350 10 10 | OFFICE@6B47.COM

6B47
REAL ESTATE INVESTORS



WOVON ERFOLGREICHE ZUKUNFTSBEWÄLTIGUNG ABHÄNGT

DIE SICHT DER JUGEND AUF DAS SCHWERPUNKT-THEMA



TEIL 1: EIN KOMMENTAR VON THOMAS HOFER

Um die zentrale Frage dieser Ausgabe „Die Veränderung der Welt und was sie für uns bedeutet“ zu ergründen, muss man sich unweigerlich in die Perspektive junger Menschen versetzen.

Wir befinden uns inmitten einer digitalen Revolution. Einer Zeit in der sich Innovationszyklen radikal verkürzen, bewährte Geschäftsmodelle in Frage gestellt werden und man den Eindruck gewinnt, selbst nicht mehr mit den technologischen Entwicklungen mithalten zu können. IoT, Bots, AI, AR, VR und Co – das sind die Abkürzungen die uns in den nächsten Jahren beschäftigen werden. Doch das sind nicht nur „Buzzwords“, es sind Veränderungen, welche tiefgreifende gesellschaftliche Auswirkungen mit sich bringen. Ein vollautomatischer Supermarkt ohne Personal, Paketlieferung per Drohnen, selbst-

fahrende Autos und künstliche Intelligenz in allen Lebensbereichen - die Liste ist lang. Doch was bedeutet dies für den Arbeitsmarkt? Speziell für die (Aus-)Bildung und Perspektiven junger Menschen?

Durch die Geschwindigkeit der Veränderungen wird es viele hart treffen. Vor allem jene mit niedrigeren Qualifikationen. Schon jetzt ist die Arbeitslosigkeit von Jugendlichen mit Pflichtschulabschluss mehr als besorgniserregend. Die meisten Jobs in diesem Bereich, die nicht ohnehin in Billiglohnländer abwandern, werden durch Automatisierung bedroht. Doch auch andere, unerwartete Bereiche weiter oben auf der Qualifikationsleiter wird es unweigerlich treffen – unabhängig von der Branche. Schon jetzt zeigen sich erste Vorboten: in den letzten 20 Jahren ging der Anteil der Jobs mit mittlerer

Qualifikation an der gesamten Beschäftigung um rund 17 Prozent zurück. Ganz besonders Österreich ist laut OECD von dieser Entwicklung betroffen. Ein Teil der Entwicklung hängt damit zusammen, dass Menschen nach der Matura ein Studium absolvieren, um letztlich einen Job zu ergattern, für den früher die Matura reichte. Andererseits seien die früher von MaturantInnen besetzten Arbeitsplätze heute meist viel anspruchsvoller. Auch wenn der Job formal gleich heiße, verlange er eine deutlich höhere Qualifikation, so die Schlussfolgerung der OECD.

Der Druck auf junge Menschen ist also groß. Die Ungewissheit, welche Jobs es in Zukunft überhaupt noch geben wird und wohin sich die Welt im Allgemeinen entwickelt, ist beängstigend. Es wird nicht zwangsläufig weniger Jobs geben, aber die Art und



Qualifikationen dafür werden sich radikal verändern. Fähigkeiten wie Kreativität, soziale Intelligenz, digitales Denken, virtuelle Zusammenarbeit und Medienkompetenz – um nur ein paar zu nennen – werden essenziell sein. Konstantinos Potuliakas, ein Experte am „Department for Skills and Labour Market (DSL)“ der Europäischen Union hat es unlängst so

formuliert: „Perhaps the best forecast of all therefore seems to be that you should stop wondering what are the skills of the future and start asking yourself ‘what skills should I acquire so that I decrease the chances of a robot becoming the boss of me?’.

Hier müssen wir für eine erfolgreiche Zukunftsbewältigung ansetzen. Hier braucht es ZUKUNFTS-WELT-

BLICK für die nächsten Generationen: Mehr Investitionen in Bildung, um das Konzept Schule radikal neu-zudenken. Mehr Ausbildungsplätze und aufbauende Weiterbildungsangebote, Stichwort: lebenslanges Lernen. Mehr soziale Mobilität, um so vielen Jugendlichen wie möglich Zukunftsperspektiven in der Welt von Morgen zu vermitteln.

Bernhard Hofer

Hofer ist Ashoka-Fellow und Geschäftsführer des Sozialunternehmens talentify GmbH. Mehr Informationen zu talentify unter: www.talentify.me bzw. www.talentify.works



TEIL 2: EIN KOMMENTAR DER GENERALSEKRETÄRE DES JUNGEN SENAT

Sehr häufig werfen die Verantwortlichen aus Politik und Wirtschaft uns jungen Menschen vor, wir sollten endlich für unsere Zukunft und Gesellschaft aufzukommen und Verantwortung übernehmen. Sobald die Jugend anfängt mitzusprechen, werden sie erfahrungsgemäß gestoppt oder nicht ernst genommen - mit der Begründung, dass die Generation-Y noch zu jung und zu unerfahren ist sowie mit dem Argument, dass die Jugend viele Fehler mache. Doch genau darin liegt der springende Punkt: Auch die heute Verantwortlichen haben Fehler gemacht und haben aus diesen wichtige Lernschritte gezogen. Wären sie ohne ihre eigenen Fehlentscheidungen und den daraus resultierenden Lernprozessen genauso weit gekommen?

Durch die Digitalisierung übernehmen Start-ups und Social Entrepreneure immer mehr Verantwortung für unsere Jugend und gleichzeitig auch für unsere Gesellschaft – wie

zum Beispiel die Mitglieder des JUNGEN SENATs und Social Entrepreneure Joseph Kap-herr, Andreas Lechner und Matthias Lovrek (alle drei Gründer von Sindbad), sowie Bernhard Hofer (Gründer von talentify). Wir sind sehr stolz, dass Menschen wie Bernhard, Joseph, Andreas und Matthias in Ihren Bereichen zeigen, dass die Generation-Y durch die Fehler der Verantwortlichen gelernt hat und hier mit aller Kraft Jugendliche für die Zukunft vorbereiten und gleichzeitig Role-Models für weitere Jungunternehmer sind.

Die Start-up-Szene hat gezeigt, dass junge Menschen ebenso Verantwortung übernehmen können. Durch die Etablierung von Ökosystemen wurde eine Parallelgesellschaft aufgebaut, in der die Folgegeneration aufzeigen konnte, welche Themen die Zukunft dominieren werden – Technologie, Digitalisierung und Künstliche Intelligenz. Nun haben die Verantwortlichen bemerkt, dass es nicht geht, so

ganz ohne Generation-Y nicht funktioniert – und andersrum gilt genau das Gleiche. So entstehen heute sinnvolle Kooperationen, da durch die Zusammenarbeit mit Jungunternehmen, auch bereits Jahrzehnte lang bestehende Unternehmen neuen Wind bekommen, zukunftsfit bleiben, oder es wieder werden. Anstatt mit derartigen Hintergedanken Kooperationen einzugehen, sollten wir uns nicht auf den maximalen Profit konzentrieren, sondern müssen den Fokus darauf legen, gemeinsam den Standort Österreich weiter nach vorne zu bringen – durch neue und veränderte Systeme, die zukunftstauglich sind und Jung und Alt wechselseitig vorwärts bringen. Denn uns allen ist bekannt, dass Vorurteile durch zu wenig Wissen über das sogenannte Fremde entstehen. Kooperation bedeutet auch, vom Konträren zu lernen, Korrelationen zu verstehen und Synergien zu entwickeln! 🌐



Mahdi Allagha und Vuk Markovic

sind beide Mitglieder des SENATs-Teams in Wien und tragen Projektverantwortung in verschiedenen Bereichen. Gemeinsam fungieren sie als die Generalsekretäre des JUNGEN SENAT und multiplizieren auf diese Weise die Idee der ökosozialen Marktwirtschaft in die gerade heranwachsende neue Unternehmergeneration.





By Philipp Gerbert, Jan Justus, and Martin Hecker

COMPETING IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Until recently, artificial intelligence (AI) was similar to nuclear fusion in unfulfilled promise. It had been around a long time but had not reached the spectacular heights foreseen in its infancy. Now, however, AI is realizing its potential in achieving human-like capabilities, so it is time to ask: How can business leaders harness AI to take advantage

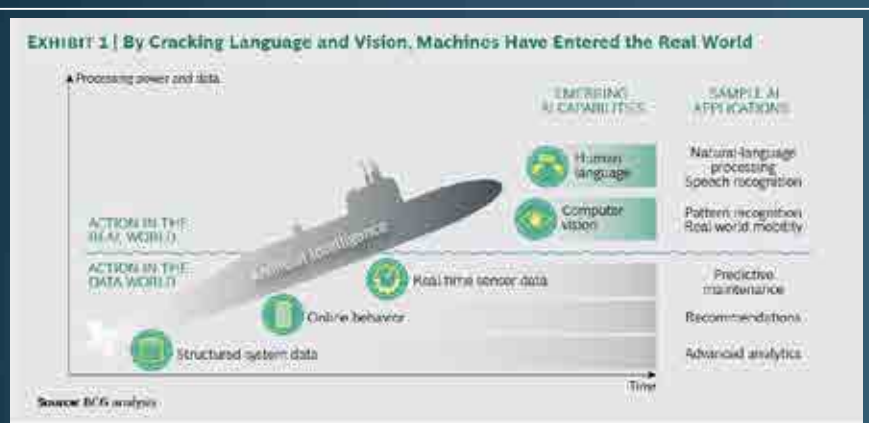
have essentially cracked speech and vision specifically and human communication generally. The implications are profound:

- Because they know how to speak, read text, and absorb and retain encyclopedic knowledge, machines can interact with people intuitively and naturally on a wide range of to-

example, have diagnosed specific cancers more accurately than radiologists. No wonder that traditional companies in finance, retail, health care, and other industries have started to pour billions of dollars into the field.

Because AI systems think and interact, they are invariably compared to people. But while humans are fast at parallel processing (pattern recognition) and slow at sequential processing (logical reasoning), computers have mastered the former in narrow fields and are superfast in the latter. Just as submarines don't swim, machines solve problems and accomplish tasks in their own way. Without further quantum leaps in processing power, machines will not reach artificial general intelligence (AGI): the combination of vastly different types of problem-solving capabilities—the hallmark of human intelligence. Today's robo-car, for example, doesn't exhibit what we would consider common sense, such as abandoning an excursion to assist a child who has fallen off her bicycle. But when properly applied, AI excels at performing many business tasks quickly, intelligently, and thoroughly. Artificial intelligence is no longer an elective.

It is critical for companies to figure out how humans and computers can play off each other's strengths as intertwined actors to create competitive advantage.



of the specific strengths of man and machine?

AI is swiftly becoming the foundational technology in areas as diverse as selfdriving cars and financial trading. Selflearning algorithms are now routinely embedded in mobile and online services. Researchers have leveraged massive gains in processing power and the data streaming from digital devices and connected sensors to improve AI performance. And machines

pics at considerable depth.

- Because they can identify objects and recognize optical patterns, machines can leave the virtual and join the real world.

A field that once disappointed its proponents is now striking remarkably close to home as it expands into activities commonly performed by humans. (See Exhibit 1 and the sidebar.) AI programs, for

The Evolution of Competitive Advantage

In simpler times, a technology tool, such as Walmart's logistics tracking system in the 1980s, could serve as a source of advantage.

AI is different. The naked algorithm-

ms themselves are unlikely to provide an edge. Many of them are in the public domain, and businesses can access open-source software platforms, such as Google's Ten-

sor-Flow. OpenAI, a nonprofit organization started by Elon Musk and others, is making AI tools and research widely available. And many prominent AI researchers

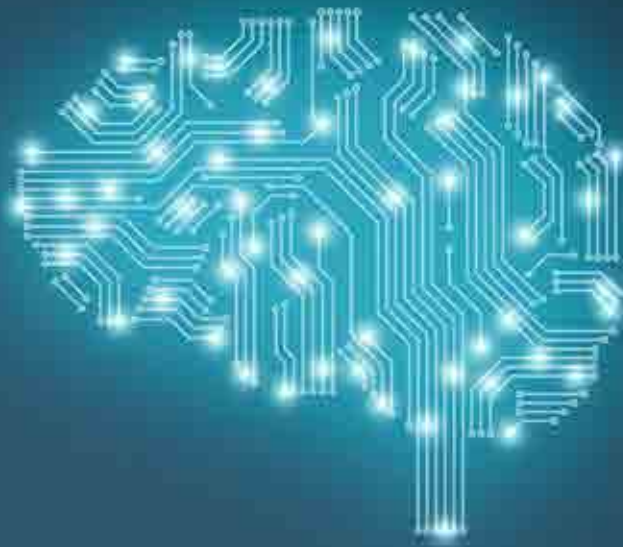


have insisted on retaining the right to publish their results when joining companies such as Baidu, Facebook, and Google. Rather than scrap traditional sources of competitive advantage, such as position and capability, AI reframes them. (See Exhibit 2.) Companies, then, need a fluid and dynamic view of their strengths. Positional advantage, for example, generally focuses on relatively static aspects that allow a company to win market share: proprietary assets, distribution networks, access to customers, and scale. These articles of faith have to be reimagined in the AI world. Let's look at three examples of how AI shifts traditional notions of competitive advantage.

- **Data.** AI's strongest applications are data-hungry. Pioneers in the field, such as Facebook, Google, and Uber, have each secured a "privileged zone" by gaining access to current and future data, the raw material of AI, from their users and others in ways that go far beyond traditional data harvesting. Their scale gives them the ability to run more training data through their algorithms and thus improve performance. In the race to leverage fully functional self-driving cars, for example, Uber has the advantage of collecting 100 million miles of fleet data daily from its drivers. This data will eventually inform the company's mobility services. Facebook and Google take advantage of their scale and depth to hone their ad targeting. Not all companies can realistically aspir to be Facebook, Google, or Uber. But they do not need to. By building, accessing, and leveraging shared, rented, or complementary data sets, even if that means collaborating with competitors, companies can complement their proprietary assets to create their own privileged zone. Sharing is not a dirty word. The key is to build an unassailable and advantaged collection of open and closed data sources.

- **Customer Access.** AI also changes the parameters of customer access. Wellplaced physical stores and high-traffic online outlets give way to customer insights generated through AI. Major retailers, for example, can run loyalty, point-of-sale, weather, and location data through their AI engines to create personalized marketing and promotion offers. They can predict your route and appetite—before you are aware of them—and conveniently provide familiar, complementary, or entirely new purchasing options. The suggestive power of many of these offers has generated fresh revenue at negligible marginal cost.

- **Capabilities.** Capabilities traditionally have been segmented into discrete sources of advantage, such as knowledge, skills, and processes. AI-driven automation merges these areas in a continual cycle of execution, exploration, and learning. As an algorithm incorporates more data, the quality of its output improves. Similarly, on the human side, agile ways of working blur distinctions between traditional capabilities as cross-functional teams build quick prototypes and improve them on the basis of fast feedback from customers and end users. AI and agile are inherently iterative. In both, offerings and processes become continuous cycles. ▶





Algorithms learn from experience, allowing companies to merge the broad and fast exploration of new opportunities with the exploitation of known ones. This helps companies thrive under conditions of high uncertainty and rapid change. In addition to reframing specific sources of competitive advantage, AI helps increase the rate and quality of decision making. For specific tasks, the number of inputs and the speed of processing for machines can be millions of times higher than they are for humans. Predictive analytics and objective data replace gut feel and experience as a central driver of many decisions.

Stock trading, online advertising, supply chain management and pricing in retail have all moved sharply in this direction. To be clear, humans will not become obsolete, even if there will be dislocations similar to (but arguably more rapid than) those during the Industrial Revolution. First, you need people to build the systems. Uber, for instance, has hired hundreds of self-driving vehicle experts, about 50 of whom are from Carnegie Mellon University's Robotics Institute. And AI experts are the most in-demand hires on Wall Street. Second, humans can provide the common sense, social skills, and intuition that

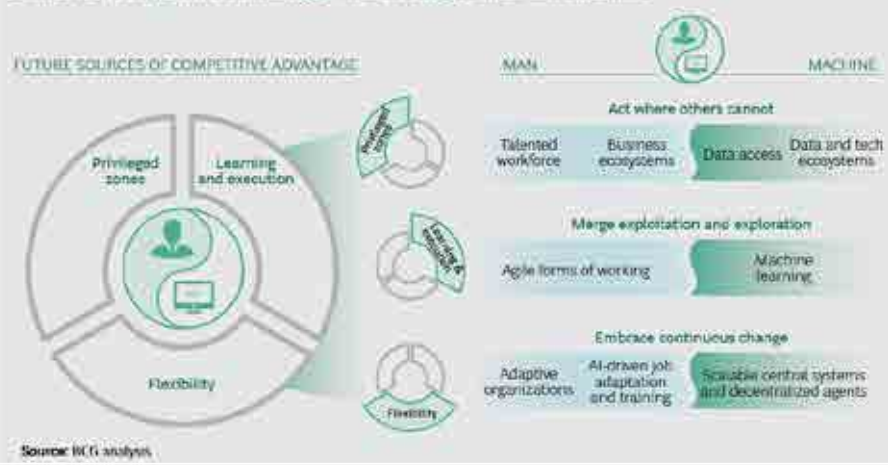
machines currently lack. Even if routine tasks are delegated to computers, people will stay in the loop for a long time to ensure quality.

In this new AI-inspired world, where the sources of advantage have been transformed, strategic issues morph into organizational, technological, and knowledge issues, and vice versa. Structural flexibility and agility for both man and machine become imperative to address the rate and degree of change.

Scalable hardware and adaptive software provide the foundation for AI systems to take advantage of scale and flexibility. One common approach is to build a central intelligence engine and decentralized semiautonomous agents. Tesla's self-driving cars, for example, feed data into a central unit that periodically updates the decentralized software.

Winning strategies put a premium on agility, flexible employment, and continual training and education. AI-focused companies rarely have an army of traditional employees on their payroll. Open innovation and contracting agreements proliferate. As the chief operating officer of an innovative mobile bank admitted, his biggest struggle was to transform members of his leadership team into skilled managers of both people and robots.

EXHIBIT 2 | Competitive Advantage That Leverages Man and Machine



Getting Started

Companies looking to achieve a competitive edge through AI need to work through the implications of machines that can learn, conduct human interactions, and engage in other high-level functions—at unmatched scale and speed. They need to identify what machines do better than humans and vice versa, develop complementary roles and responsibilities for each, and redesign processes accordingly. AI often requires, for example, a new structure, of both centralized and decentralized activities, that can be challenging to implement.

Finally, companies need to embrace the adaptive and agile ways of

working and setting strategy that are common at startups and AI pioneers. All companies might benefit from this approach, but it is mandatory for AI-enabled processes, which undergo constant learning and adaptation for both man and machine. Executives need to identify where AI can create the most significant and durable advantage. At the highest level, AI is well suited to areas with huge amounts of data, such as retail, and to routine tasks, such as pricing. But that heuristic oversimplifies the playing field. Increasingly, all corporate activities are awash in data and capable of being broken down into simple tasks.

(See Exhibit 3.) We advocate looking at AI through four lenses:

- Customer needs
- Technological advances
- Data sources
- Decomposition of processes

First, define the needs of your customers. AI may be a sexy field, but it always makes sense to return to the basics in building a business. Where do your current or potential customers have explicit or implicit unmet needs? Even the most disruptive recent business ideas, such as Uber and Airbnb, address people's funda-

mental requirements.

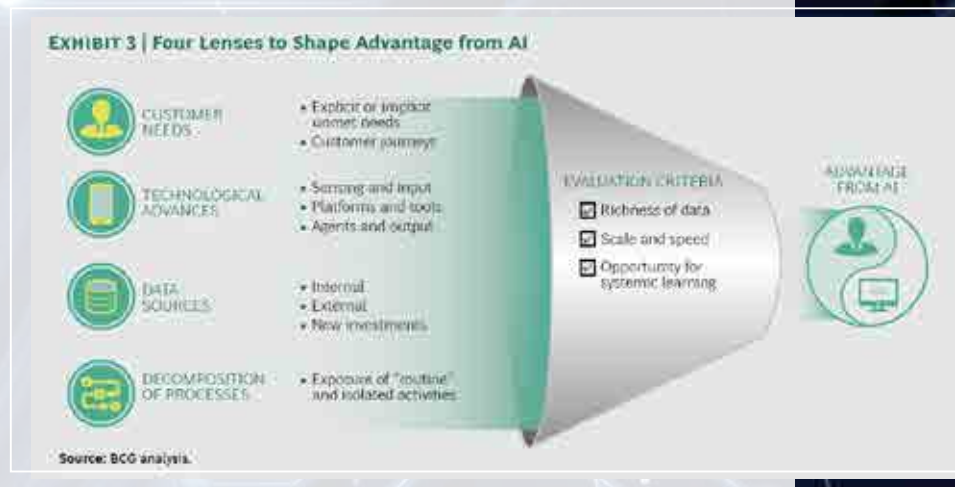
Second, incorporate technological advances. The most significant developments in AI generally involve assembling and processing new sources of data and making partially autonomous decisions. Numerous services and platforms can capture incoming data from databases, optical signals, text, and speech. You will probably not have to build such systems yourself. The same is true on the back end as a result of the increasing availability of output technologies such as digital agents and robots. Consider how you can use such technologies to transform your processes and offerings.

Third, create a holistic architecture that combines existing data with new or novel sources, even if they come from outside. The stack of AI services has become reasonably standardized and is increasingly accessible through intuitive tools. Even nonexperts can use large data sets. Finally, break down processes and offerings into relatively routinized and isolated elements that can be automated, taking

advantage of technological advances and data sources. Then, reassemble them to better meet your customers' needs. For many organizations, these steps can be challenging. To apply the four lenses systematically, companies need to be familiar with the current and emerging capabilities of the technology and the required infrastructure.

A center for excellence can serve as a place to incubate technical and

business acumen and disseminate AI expertise throughout the organization. But ultimately, AI belongs in and belongs to the businesses and functions that must put it to use. Only when humans and machines solve problems together—and learn from each other—can the full potential of AI be achieved.



HOW MACHINES THINK AND ACT

Three milestone events made the general public aware of AI. Each one illustrates key aspects of the technology. Deep Blue's Defeat of World Chess Champion Garry Kasparov in 1997. Chess was originally considered an exercise that captures the essential tactical and strategic elements of human intelligence, and so it became the standard by which new AI algorithms were tested. For decades, programmers made little progress in defeating human players. But in 1997, Deep Blue, a computer developed by IBM, won the match against the world champion. Still, many people were disappointed when they realized that solving chess was not the same as solving artificial general intelligence. They did not like that Deep Blue relied heavily on brute force and me-

memory. The program did not learn and certainly did not excel at any task but chess.

The event, however, revealed two important lessons. First, machines solve problems differently than people do. Second, many "intelligent" tasks are ultimately narrow and so can be solved by specialized programs.

With AlphaGo's 2016 victory over Lee Sedol in Go, computer dominance of board games was complete. AlphaGo, developed by DeepMind Technologies, relied on deep learning—a neural network, or computational brain, with multiple layers—to beat a Go world champion. An intriguing fact about this match was how the machine prepared: having run out of human games to study, it spent the final months before the


match playing against itself. Watson's Victory over Top Jeopardy Champs in 2011. By winning this challenging game show, IBM's Watson effectively passed a Turing test of human-like intelligence. The performance showcased state-of-the-art speech recognition, natural-language processing, and search. The victory, however, was clinched by a different skill: Watson outperformed the other contestants in the "Daily Doubles," in which players can wager all or part of their current winnings to secure a decisive lead. Making the best bet requires fast sequential reasoning, knowledge of game theory, and an ability to calculate probabilities and outcomes correctly. All these are areas in which humans are notoriously weak, as the Nobel laureate Daniel Kahneman



observed in his famous book *Thinking, Fast and Slow*.

Machines, on the other hand, think fast and fast in making data-heavy decisions. Google's *Demonstration of a Self-Driving Car* in 2012. Google is not the pioneer of self-driving cars. That distinction arguably goes to Ernst Dickmanns, a German computer vision expert who rode 1,785 ki-

lometers in autonomous mode on a German autobahn in 1995, reaching speeds above 175 kilometers an hour. Dickmanns, however, never had to turn left. In their 2004 book *The New Division of Labor*, Frank Levy and Richard Murnane argue that "executing a left turn against oncoming traffic involves so many factors that it is hard to imagine discovering

the set of rules that can replicate a driver's behavior." Google's self-driving car, however, routinely managed this exercise without incident. The car combined robots, computer vision, and real-time data processing to produce the ultimate intelligent agent that was capable of both exploring and learning from the real world. 

About the Authors

Philipp Gerbert is a senior partner in the Munich office of The Boston Consulting Group and a BCG Fellow analyzing the impact of artificial intelligence on business.

Jan Justus is a principal in the firm's Munich office and an active member of the Strategy practice with a focus on digital transformation.

Martin Hecker is a senior partner in BCG's Cologne office and the leader of the Technology Advantage practice's artificial intelligence work.

Mit freundlicher Genehmigung der BCG - Boston Consulting Group.

Der Artikel erschien im Rahmen der *bcg.perspectives*.

© The Boston Consulting Group, Inc. 2017. All rights reserved.



Weidmüller 

**Werte schaffen - Nachhaltig verbinden.
Für eine lebenswerte Zukunft von Umwelt und Gesellschaft.**

Let's connect.

Wir prägen die Industrial Connectivity mit leistungsfähigen Produkten, maßgeschneiderten Lösungen und seit Jahrzehnten mit Nachhaltigkeit in gelebter Praxis. Wir übernehmen Verantwortung, um Unternehmen und Umwelt erfolgreich und gesund an die nächste Generation zu übergeben. Die besten Verbindungen sind zukunftsweisend.

www.weidmueller.at



QR-Code scannen für mehr Information

Martin Jäger – COO, Trenkwalder Group

DIGITALISIERUNG VERÄNDERT ARBEIT

DAS WESEN DER ARBEIT IM LICHT DES DIGITALEN WANDELS



Martin Jäger

kam als Chief Sales Officer zur trenkwalder Group und ist seit 2014 als COO Mitglied des Vorstands. Er verfügt über umfassende internationale Recruiting-Erfahrung mit dem Schwerpunkt Mittelstandsunternehmen. Er graduierte an der Universität von Konstanz im Fachgebiet Ökonomie. Trenkwalder ist ein Mitgliedsunternehmen des SENAT DER WIRTSCHAFT.

Im Bereich Personalarbeitstellung und Outsourcing zählt die Trenkwalder Group AG zu den Big Playern im Markt. An über 200 Standorten werden in 17 Ländern über 50.000 MitarbeiterInnen bereitgestellt und ein Pool von 200.000 KandidatInnen verwaltet. Über 1 Mio. Bewerbungen bearbeitet das Unternehmen jährlich. Angesichts der Bedeutung des Unternehmens für den gesamten Arbeitsmarkt und angesichts der aktuellen Veränderung der Arbeitswelten haben wir den COO der Trenkwalder Group AG, Martin Jäger, befragt, wo er Chancen und Risiken ortet. Im Interview mit Jochen Ressel gibt er außerdem Einblick in seine Zukunftserwartungen, was die Veränderung von Geschäftsprozessen, Geschäftsmodellen und Entlohnungssystemen betrifft.





Herr Jäger, die Digitalisierung ist in aller Munde, meist jedoch negativ konnotiert unter dem Motto: Millionen Arbeitsplätze gehen verloren! Teilen Sie diesen Digitalisierungs-Pessimismus, vor allem auch im Hinblick auf die Geschäftsfelder Ihres Unternehmens?

Von meiner Seite ein ganz klares „Nein“ – ich teile den Pessimismus keinesfalls. Die Digitalisierung bringt auch Chancen, aber genau da liegt das Hauptproblem: Wir müssen sie aktiv erkennen wollen! In weiterer Folge müssen wir die Chancen gemeinsam nutzen. Und für all das ist es

unerlässlich, dass wir uns und unsere MitarbeiterInnen sehr gut ausbilden. Bildung ist ein wesentlicher Faktor für Kreativität, für die Möglichkeit, neue Ideen zu entwickeln und deren Realisierbarkeit abzuwägen, denn mit Kreativität werden wir den aktuellen Veränderungsprozess positiv bewäl-

tigen. Eines ist klar: Repetitive Tätigkeiten werden sich für den Menschen erübrigen und es gibt keinen Zweifel daran, dass dies auch für den Menschen gesünder ist, wenn das eine Maschine übernimmt.

Wo sehen Sie Arbeit jetzt neu entstehen, vor allem im Trenkwalder-angestammten Bereich „Blue Collar“, d.h. im Arbeiter- und Handwerksbereich?

Jede Arbeit, die mit Tätigkeiten direkt am Menschen zu tun hat, ist absolut unersetzbar. Roboter und Maschinen können hier unterstützen, aber den Menschen im aktuellen Technologie-Stadium keinesfalls ersetzen. Der Mensch ist ein soziales Wesen, er braucht den Kontakt mit Menschen.

Daher wird eine Verschiebung stattfinden, mit der andere, heute oftmals unterbewertete Kernkompetenzen an Wert dramatisch gewinnen werden. Das sind aus meiner Sicht das Verstehen von Zusammenhängen, die Willigkeit zur Mitgestaltung der Prozesse, die unternehmerische Ausprä-

gung gesellschaftlicher Aufgaben und Bedürfnisse und die Fähigkeit, Befähigungen zu entwickeln. Letzteres wird die Kernaufgabe der Menschen in künftigen Bildungseinrichtungen sein. Wir müssen weg von der Wissensvermittlung, hin zur Entwicklung von Fähigkeiten.

Nicht unerwartet sind wir damit sehr schnell beim Bildungsbereich gelandet. Welche Veränderung der Arbeitswelten wird für eine Neuausrichtung der Bildungssysteme besonders prägend sein?

Das aktuelle Bildungssystem vermittelt Faktenwissen. Die Arbeitswelt der Zukunft braucht aber kreative Lösungen für teilweise alte Herausforderungen. Da braucht es Out-of-the-Box-Denken und die Kenntnis, wie ich an die Lösungsfindung herangehe. Das bedeutet, dass methodisches Wissen vermittelt und gelehrt werden muss.

Die zweite aus meiner Sicht maßgebliche Veränderung der Arbeitswelt ist die Teamarbeit. Aufgaben werden immer stärker in den dafür am besten geeigneten Teams gelöst werden, was bedeutet, dass man laufend mit unterschiedlichen Menschen zusammenarbeitet. Damit steigt die Notwendigkeit zur Erlangung umfassender Sozialkompetenzen. Denen,

die an anderen Teams am besten „andocken“ können, denen gehört die Zukunft. Schlussendlich noch ein Aspekt: Die Digitalisierung wird uns zwingen zu lernen, wie wir digitale Inhalte veri- oder falsifizieren. Was ist wahr und was ist falsch, was ist fake und was ist real? Wer diese Fragen kompetent und schnell beantworten kann, wird einen Vorsprung haben.

Der Begründer der Ökosozialen Marktwirtschaft hat postuliert, er hoffe auf die Entwicklung einer globalen „Schwarmintelligenz“. Ohne dass jemand anschafft was zu tun ist, weiß die Menschheit aufgrund ihrer internationalen Vernetzung, was zu tun ist. Was halten Sie von dieser Vision?

Ich finde diesen Denkansatz sehr interessant. Wenn wir heute junge Menschen beobachten ist es unglaublich, wie international sie agieren. Ländergrenzen existieren einfach nicht mehr und deren Aktionsradius ist unverhältnismäßig größer als in meiner Jugend. Das betrifft die

Kommunikation mit Menschen in anderen Erdteilen, wie auch die eigene Reiseerfahrung, die heute bei 20-Jährigen schon gewaltig ist, wenn man bedenkt, was diese jungen Menschen auf der Welt schon alles gesehen haben. Die Digitalisierung schafft Sozialkontakte auf globalem Niveau,

ergänzt durch die globale Live-Erfahrung durch Auslandssemester, Schüleraustausch, Erasmus usw. Dass hier ein globales Verständnis für Handlungsnotwendigkeiten entsteht, ist daher durchaus denkbar.



Setzen wir all das in den Kontext Ihres Unternehmens. Was bedeutet all das für Ihre tägliche Arbeit?

Wir verändern uns mit der Welt, in der wir tätig sind, jeden Tag aufs Neue. Unsere Aufgabe, unsere Mission, ist es, Menschen von temporären Arbeitsverhältnissen in unbefristete Beschäftigungsverhältnisse zu transferieren. Insofern sind wir ein Sozialunternehmen im klassischen Sinne.

Diese soziale Aufgabe kann durch die Digitalisierung extrem angereichert werden. Damit wir diese Aufgabe erfüllen können, müssen unsere MitarbeiterInnen ausbildungstechnisch am aktuellen Stand sein und dabei spielen E-Learning-Plattformen eine ganz besondere Rolle. Wissen gibt es

überall, aber oft ist es nicht zugänglich oder kann mit den eigenen Erfahrungen nicht angereichert werden. Mit Technologie lösen wir diese Probleme und entheben sie außerdem der Zeit-Ort-Thematik, weil elektronische Plattformen immer und von überall aus genutzt werden können.

Spielen geopolitische Entwicklungen dabei eine Rolle?

Absolut. Die Suche nach einer Aufgabe, nach dem Daseinszweck, wohnt uns inne. Daher ist die Schaffung von Jugendarbeit im Lichte geopolitischer Entwicklungen eine zentrale Aufgabe, die wir als Gesamtgesellschaft zu bewältigen haben.

Wir kommen im Zuge dessen auch nicht um die Thematik herum, dass wir eindeutig Stellung beziehen müssen, was lohnende Arbeit ist und wie wir sie bewerten. Gibt es tatsächlich

ein bedingungsloses Grundeinkommen, oder ist Einkommen nicht immer an Bedingungen geknüpft? Wenn ja, wie lauten diese? Und in welcher Relation steht ein Grundeinkommen mit der Mindestsicherung? Das sind große Arbeitsmarktthemen, die durch die Digitalisierung nicht verschwinden, sondern durch das Entstehen neuer Jobbilder noch forciert werden, und als Unternehmen mit über 50.000 MitarbeiterInnen

sind wir mitten im Zentrum unserer Geschäftsmodelle, wenn wir uns an der internationalen Antwortfindung auf diese Fragen beteiligen.

Ist ein Weg zur Beantwortung dieser Fragen, dass man vom Fokus auf die Funktion weggommt und das Hauptaugenmerk auf die Wirkung der Arbeit legt?

Die Qualifikation einer Arbeitskraft, egal in welchem Bereich, ist bereits jetzt irrelevant, wenn sie keine Wirkung hat. Mit anderen Worten: Wir bewegen uns weg von der Funktion, hin zur Wirkung. Was auf einer Visitenkarte als Funktionsbezeichnung steht, ist jungen Menschen völlig egal.

Die Frage lautet: Was machst Du? Und damit ist gemeint: Was bewegst Du, was ist der Sinn Deiner Arbeit? Das ist, was von Interesse ist. Unternehmen müssen das noch verstehen lernen, denn damit sind Stellenbeschreibungen sinnlos und müssen in Funktions- und Wirkungsbeschrei-

bungen umgewandelt werden, damit auch junge Menschen klar verstehen, welche Wirkung ihre Tätigkeit haben soll. Diejenigen, die das am besten erklären können, werden die besten Arbeitskräfte bekommen - auch, oder vor allem in Zeiten fortschreitender Digitalisierung!

Herzlichen Dank für das Gespräch!
Das Interview führte Jochen Ressel. 



Günther Strenn – Geschäftsführer, JobRocker

DIGITALISIERUNG ALS TOD DER KLASSISCHEN JOBVERMITTLUNG?

ÜBER DIE VERÄNDERUNG EINER GESAMTEN BRANCHE

Durch die Nutzung innovativer Technologien können ganze Branchen verändert werden. So wie Airbnb die Hotellerie oder Uber das Taxigewerbe beeinflusst haben, muss sich auch die Personalberatung mit der Entwicklung neuer Modelle befassen.

Es ist eine unumstößliche Tatsache, dass wir im Jahr 2017 längst in einer digitalisierten Welt leben. Ob wir nun Kleidung und Lebensmittel online bestellen oder uns per App über das aktuelle Wetter, den schnellsten Weg von A nach B und Neuigkeiten

im Leben unserer Bekannten informieren – digitale Prozesse sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Dieser Wandel macht auch vor HR nicht Halt, denn immer mehr Menschen greifen auf ihrer Suche nach einem Arbeitsplatz auf Onlineportale

und Apps zurück. Um den Bewerbungs- und Auswahlprozess für Firmen und Jobinteressierte so effektiv wie möglich zu gestalten, müssen wir uns die Frage stellen: Wie sieht das Recruiting der Zukunft aus?

Mitarbeitersuche bisher

Aus der Sicht von Unternehmen, die sich auf MitarbeiterInnensuche begeben, gestaltet sich der Ablauf meist folgendermaßen: Jobanzeigen werden auf verschiedenen Onlineportalen und der eigenen Website und teilweise auch noch offline in Printmedien inseriert. Der Weg von der Schaltung der Anzeige bis zur er-

folgreichen Jobvergabe kann jedoch einige Hindernisse bereitstellen. Zu wenig Rücklauf, weil keine passenden Kandidaten verfügbar sind, ist eines davon. Durch eine undurchsichtige Bewerberlage kann es zudem zu Vorstellungsgesprächen mit ungeeigneten Personen kommen, was wiederum einen unnötig hohen Zeitaufwand für

die Personalabteilung des Unternehmens bedeutet.

Der chronische Fachkräftemangel in den letzten Jahren führt dazu, dass viele Unternehmen auf klassisches Headhunting zurückgreifen, was eine mitunter sehr kostspielige Form der Mitarbeiterbeschaffung sein kann.



eRecruiting

Die Suche nach geeigneten Personen für einen Job muss in einer digitalisierten Welt neu gedacht werden. Wenn für die Agenda Personalbeschaffung auf die Unterstützung durch elektronische Medien und Personalsysteme zurückgegriffen wird, kommt das sogenannte eRecruiting zum Einsatz. Diese relativ neue Form der Jobvermittlung bringt jedoch auch einige Probleme mit sich. Für ältere Generationen oder Berufsgruppen, die in der Regel (noch)

keine Onlinepräsenz haben sowie Personen, die Datenangaben online vermeiden wollen, ist eRecruiting nicht die geeignete Maßnahme. Digitales Screening führt zudem dazu, dass die menschliche Komponente bei der Bewerbersuche fehlt – Bauchgefühl und Intuition fallen somit aus. Neben diesen negativen Faktoren hat eRecruiting auch Vorteile, die sowohl Unternehmen als auch KandidatInnen überzeugen. Die zeitaufwändige Durchsicht ausgedruckter Lebensläu-

fe und die darauf basierende Auswahl vermeintlich geeigneter Bewerber wird durch schnelles Vorscreening großer Datenmengen durch automatisierte Prozesse abgelöst. Für PersonalerInnen gibt es mittlerweile eine große Anzahl an Tools, die bei der Sortierung und Bewertung der KandidatInnen helfen und die manuelle Administration der Daten ablösen. Somit kann die Erstauswahl um ein Vielfaches schneller getroffen werden, als es bisher möglich war.

Modernes Spurenlesen

Die Zeiten, in denen PersonalerInnen nur auf die Informationen aus dem Lebenslauf der BewerberInnen zurückgreifen konnten, sind durch das Aufkommen der Sozialen Netzwerke Geschichte. Auf Social Media Plattformen wie Xing, LinkedIn, Facebook oder Twitter sind sowohl beruflicher Werdegang als auch – soweit öffentlich – das Privatleben einzusehen. Die moderne Spurenlese ist eine Möglichkeit, die beruflichen Meilensteine, Fähigkeiten, das Netzwerk und die Interessen der KandidatInnen herauszufinden und zu beurteilen. Natürlich ist beispielsweise ein

Profil auf Xing kein Muss für jegliche Berufssparte, es sollte PersonalerInnen jedoch zu denken geben, wenn zum Beispiel InteressentInnen für einen Job im Bereich Salesmanagement mit jahrelanger Erfahrung in keinem Online-Karrierenetzwerk zu finden ist. Auf der anderen Seite sind Social Medias, insbesondere Karrierenetzwerke, für BewerberInnen eine Chance, sich aussagekräftig und professionell zu präsentieren. Wer über relevante Kontakte im eigenen Berufsweig verfügt, kann dies möglichen ArbeitgeberInnen über Xing oder LinkedIn vermitteln.

Die vermehrte Präsenz in Social Medias birgt jedoch auch Fallen für BewerberInnen. Private Fotos sollten der HR durch die richtigen Einstellungen im jeweiligen Netzwerk verborgen bleiben, ebenso negativ können abfällige Bemerkungen über frühere oder aktuelle ArbeitgeberInnen und ein nicht aktuell gehaltenes Profil auffallen. Insgesamt bieten die Sozialen Netzwerke sowohl für PersonalerInnen als auch für BewerberInnen Chancen, die auch von beiden Seiten genutzt werden sollten.





JobRocker im Veränderungsprozess der Branche

Auf diesen Voraussetzungen, die in unserer digitalisierten Welt bestehen, baut die 2016 in Österreich gegründete Firma JobRocker auf, die ausgehend von ihrem Standort dabei ist, die Welt zu erobern. Die Plattform funktioniert dabei nicht im herkömmlichen Sinn, es handelt sich vielmehr um einen „versteckten“ Jobmarkt, auf dem Unternehmen diskret ein Suchprofil in Auftrag geben und das Zusammenspiel aus Mensch und Maschine die best-


geeigneten KandidatInnen für die jeweilige Vakanz findet. Der Unterschied zum klassischen Headhunting besteht in der Verbindung von technologischen und menschlichen Komponenten. Das Vorscreening der KandidatInnen wird durch eine einzigartige Matching-Technologie erledigt, nach der ersten Eingrenzung übernimmt das Fachberater-Team bzw. HeadhunterIn und prüft, selektiert, interviewt und präsentiert schließlich den Unternehmen die

besten BewerberInnen. Der Prozess der Jobvermittlung ist auf diese Weise zwei- bis dreimal so schnell wie durch herkömmliche PersonalberaterInnen und liegt dadurch mit einer transparenten Flatrate wesentlich unter bisher gekannten Vermittlungshonoraren, ohne dabei vollends auf die menschliche Komponente und das Know-How der FachberaterInnen zu verzichten.

Headhunting 4.0

Die Vorteile des modernen Headhuntings in dieser Form sind sowohl für Unternehmen als auch für BewerberInnen vielfältig. Die Suche nach einem Job kann ein langwieriges Unterfangen sein, in dem sich Personen immer wieder neu bewerben, unzählige Lebensläufe und Bewerbungsschreiben aussenden und die Kosten für Premium-Mitgliedschaften auf Jobportalen tragen müssen. Viele Firmen geben auf die Bewerbungsunterlagen oder sogar -gespräche kein Feedback oder teilweise nicht einmal eine Absage, was den Bewerbungsprozess für InteressentInnen deprimierend gestalten kann. Im Gegensatz dazu ist die Registrierung

bei JobRocker für BewerberInnen kostenlos; die Unterlagen müssen nur einmal erstellt und hochgeladen werden, um anschließend durch den Algorithmus in die Einzelbestandteile zerlegt und in eine maschinenlesbare Form geführt zu werden. In jedem Fall gibt es für KandidatInnen mit einem Match für einen Job direktes Feedback, womit sichergestellt wird, dass der Auswahlprozess für einen Job transparent abläuft. Durch die JobRocker App wird Mobile Recruiting möglich, das bedeutet, dass die Kommunikation noch unmittelbarer stattfinden kann. Auf der anderen Seite bietet JobRocker im Gegensatz zu klassischem

Headhunting einen deutlichen Mehrwert für Unternehmen. Mittels großen, schnell wachsenden KandidatInnen-Pools und der innovativen Matching-Technologie von Stellenanzeige, herausgefilterten Zusatzinformationen und Bewerbungsunterlagen kann die Vermittlung schneller und effizienter gestaltet und die Qualität der KandidatInnen gesichert werden. Der Ansatz, revolutionäre Technologie und fundierte Erfahrung von FachberaterInnen zu kombinieren, ist ein neuer Weg für erfolgreiches, modernes Recruiting in der digitalen Welt, die auch bisher ganze Branchen revolutioniert hat. 

Günther Strenn

ist Gründer und Geschäftsführer der digitalen Headhunting-Plattform Jobrocker. Der gebürtige Salzburger blickt auf über 9 Jahre Headhunting Erfahrung zurück und ist mit seinem Team gerade dabei das in die Jahre gekommene Geschäft der Personalberatung disruptiv in die Digitalisierung zu führen. JobRocker ist der Name dieser digitalen Revolution und ist Mitgliedsunternehmen im SENAT DER WIRTSCHAFT.





Christoph Ettlmayr – Managing Partner, Institute of Brand Logic

RAUS AUS DEM MITTELMASS!

DEN „BRAND CHAMPIONS“ GEHÖRT DIE ZUKUNFT!

Wir kennen sie alle, die Top-Unternehmen, geliebt von den Kunden, hochgejubelt in den Medien, verehrt in der Fachwelt. Doch es sind nicht nur die großen Konsumgüterunternehmen und Haushaltsmarken, die das Publikum begeistern, sondern auch oft kleine, spezialisierte Nischenplayer – die so genannten „Hidden Champions“-, die in kleinen, fokussierten Marktsegmenten für Furore sorgen.



Denken wir nur an Weitzer Parkett, mit seinen intelligenten Parkettlösungen, BWT mit ihren umweltfreundlichen und ökonomischen Wasseraufbereitungsprodukten und -technologien, oder die kreativen Schokoladeköstlichkeiten aus dem Hause Zotter. Blickt man jedoch auf die Vielzahl der Anbieter in verschiedenen Branchen, gelingt es eigentlich nur wenigen Vorzeigebetrieben, bei Mitarbeitern und Kunden ein attraktives, klares Profil aufzubauen und darüber dauerhaften Markterfolg zu erzielen. Die meisten von ihnen sind aber gefangen im Mittelmaß.

Viele dieser Unternehmen schöpfen ihre Potenziale (z.B. Umsatz, Profitabilität, Wachstum, Marktanteile) nicht aus, da sie den Kern ihres Geschäfts nicht wirklich kennen. Sie taumeln zwischen unreflektierter Bran-

chenorientierung, Halbherzigkeit und Aktionismus im Tagesgeschäft. Daraus resultieren unerfreuliche Leistungen und gehaltlose Kontaktpunkte. Kunden, Mitarbeiter und Marktpartner spüren diese Mittelmäßigkeit und antworten mit Skepsis, Zurückhaltung und Vertrauensentzug.

Könnte man sich in Zeiten wachsender Märkte mit durchschnittlichen Leistungen gerade noch so durchklatieren, kennen die digitale Revolution und der emanzipierte Kunde kein Pardon: Austauschbares und Langweiliges geht in den digitalen Medien unter, wird nicht geliked, geshared, geranked. Schlechte Leistungen werden auf Vergleichsportalen gnadenlos abgestraft. Im Zeitalter schier endlos verfügbarer Informationen und Optionen ragen Marken mit einem klaren

Profil und herausragenden Leistungen aus dem Angebotsdschungel heraus und erleichtern damit den Alltag von Konsumenten und professionellen Einkäufern.

Je begehrtlicher und relevanter eine Marke wahrgenommen wird, desto stärker wird sie in der Kaufentscheidung präferiert. Führende Marken, die sog. „Brand Champions“ nisten sich ein im Kollektiv der Kunden und besetzen im Idealfall eine Monopolstellung: mit einer spezifischen Kompetenz für ein ganz bestimmtes Bedürfnis. Wenn man so will, hinterlassen sie einen positiven Fußabdruck. Aber was sind nun die zentralen, erfolgskritischen Wesenszüge der „Brand Champions“? Was unterscheidet sie fundamental von der breiten Masse der Mitläufer?

Klares, inhaltliches Zukunftsbild

Was der Geist sich vorstellen kann, kann er auch erschaffen. „Brand Champions“ wissen exakt, wofür sie bei Kunden und Partnern stehen wollen. Dabei geht es nicht nur um das WAS der unternehmerischen

Leistung, oder WIE die Leistungen erbracht werden. Kunden und Mitarbeiter schätzen an Marken insbesondere das WARUM, also ihren sinn- und identitätsstiftenden Zweck. In geeigneten Zukunftsbildern sind also

der Existenzgrund, das Credo, die Essenz und das Bestreben des Unternehmens verortet. Wenn Ferrari also verspricht, „Wir bauen Autos, um Rennen zu gewinnen“, ist alles gesagt.





Die markengelenkte Organisation

Bei den „Brand Champions“ steht die Marke im Zentrum der Aufmerksamkeit. Sie fungiert als wichtigste ordnende Kraft für die Gestaltung des gesamten Unternehmens. Sie ist der Ausgangspunkt zur Steuerung

aller Management Bereiche und Aktionsfelder. Sämtliche Prozesse, Systeme und Funktionen im Unternehmen von F&E, Einkauf, Produktion bis zu Vertrieb, Marketing und Personalwesen sind Teil der Marke und

leisten ihren spezifischen, konkreten Beitrag. So beginnt das besondere Geschmackserlebnis eines Illy Café bereits beim Anbau und Rösten der Bohne.

Überzeugung und Leidenschaft

All dies kann nur gelingen, wenn das Markenbild im Unternehmen tatsächlich lebt und atmet. Marken werden von Menschen gemacht. Es reicht also nicht auch abstrakte Markenwerte oberflächlich zu verkünden. Jedes Mitglied der Organisation muss seinen persönlichen Beitrag nicht nur voll verstehen, sondern auch tatsächlich wollen und beherrschen. Dazu ist es erforderlich, dass die Mar-



ke tatsächliches Anliegen der Top-Führungskräfte ist. Was das Topmanagement verkörpert hat enorme Signalwirkung. Die Belegschaft erkennt sehr schnell, ob das Commitment den zukünftigen Markeninhalten ernst gemeint ist und das Führungs- und Entscheidungsverhalten den Markenprinzipien entspricht.

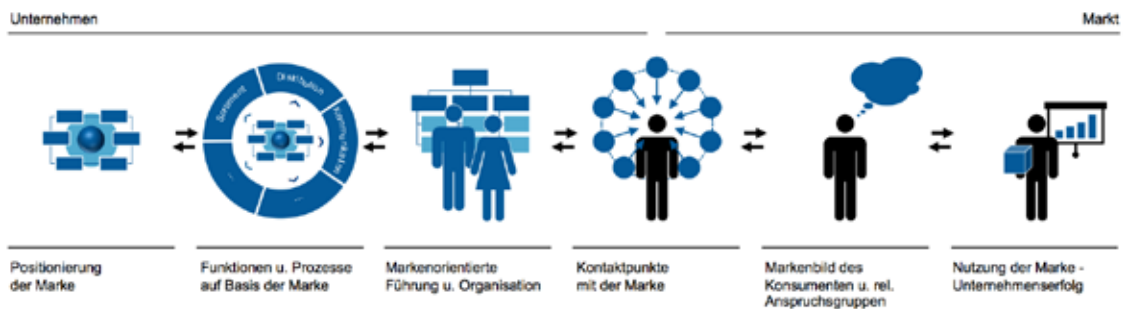
Herausragende Leistungen und Kontaktpunkte

Jedes Unternehmen tritt über eine Vielzahl von Kontaktpunkten gegenüber der Außenwelt in Erscheinung. Hier und nur hier ist die Marke sinnlich wahrnehmbar. Und nur hier fällt das Publikum seine Werturteile. Kontaktpunkte sind in aller erster Linie die Produkte und Dienstleistun-

gen selbst, aber auch die Präsentation der Ware, das Beratungsgespräch im Verkauf oder eine Reklamationsbehandlung. Werden diese Begegnungen mit Kreativität, Liebe zum Detail und hohem Qualitätsanspruch gestaltet, verdichten Kunden und Marktpartner ihre Erfahrungen zu

einem positiven (Vor-)Urteil. Ein Joghurt muss einfach in Verpackung, Geschmack, Optik und Konsistenz voll überzeugen, sonst bleibt es beim nächsten Einkauf im Regal stehen - auch wenn es noch so billig ist.

Der Entwicklungspfad zum „Brand Champion“





„Brand Champions“ gelingt es über ihre Attraktivität und Begehrlichkeit mehr Kunden für das Unternehmen zu gewinnen und diese dauerhaft zu binden. Begeisterte - nicht nur zufriedene - Kunden, sind bereit, mehr für die Leistungen zu zahlen, beziehen

auch mehr Leistungen und empfehlen die Marke weiter. Unzählige wissenschaftliche Studien belegen, dass echte „Brand Champions“ substanzial höherer Erträge und Wachstum generieren, als der Durchschnitt. Die Transformation zu einem echten

„Brand Champion“ ist keine einfache Aufgabe und erfordert Zeit und Geschick. Umso mehr gehört gerade in turbulenten und unsicheren Zeiten den Brand Champions die Zukunft! 🌐

Christoph Ettmayr

Ettmayr ist Managing Partner am Institute of Brand Logic. Als Betriebswirt sammelte er umfassende Praxiserfahrungen in führenden Vertriebs- und Marketingpositionen u.a. bei Gillette und Lindt & Sprüngli. Er ist Mitglied im SENAT DER WIRTSCHAFT.



Green Printer

Nützen Sie den „Green Printer“ auch für Ihr Unternehmen! In einer einzigartigen Kombination stellen wir nicht nur Ihre Produkte vor, sondern berichten auch von erfolgreichen Projekten.

- *Neue Ideen*
- *Spannende Projekte*
- *Neuartige Materialien*
- *moderner Digitaldruck*

www.greenprinter.at



EIN UNTERNEHMER STELLT SICH VOR!

Ich freue mich sehr, mich heute bei Ihnen vorstellen zu dürfen.

Mein Name ist Arthur Bellutti und ich bin seit kurzem Senator. Die Wirtschaftskompetenz des Netzwerkes hat mich überzeugt und ich freue mich schon darauf, möglichst viele Senatorinnen und Senatoren persönlich kennen zu lernen.

In den nächsten Tagen erhalten Sie unser firmeneigenes Fachmagazin, den „Green Printer“, indem ich Ihnen auch mein Unternehmen, die Bellutti Group, näher vorstellen möchte.

Ich sehe einem lebendigen Netzwerk und einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit gerne entgegen, wünsche Ihnen eine erfolgreiche Woche und zeichne

mit freundlichen Grüßen

KR Arthur Bellutti
Bellutti Group

BELLUTTI
Group





Dr. Andreas Gresbach – DIE WEIS[S]E WIRTSCHAFT

ZUKUNFTSFÄHIGE FAMILIEN- UND GENERATIONENPOLITIK

EIN 12-PUNKTE-PROGRAMM FÜR GENERATIONENVERANTWORTUNG

Österreich ist im europäischen Vergleich ein sehr familienfreundliches Land – es gibt sozialen Frieden, die staatlichen Familienleistungen sind auf einem hohen Niveau, die Arbeitsmarktlage ist auch für berufstätige Mütter einigermaßen gut, bei den Kinderbetreuungsplätzen wurde in den letzten Jahren stark aufgeholt und es gibt eine Reihe von vielfältigen Beratungs- und Bildungsangeboten. Dennoch wäre für die Eltern und Kinder dieses Landes im Sinne einer zukunftsorientierten Familienpolitik einiges zu verbessern. Denn Lebenschancen für Familien sind auch Lebenschancen für Kinder und Jugendliche, das heißt: für unsere ganze Gesellschaft.



Deshalb ist eine zukunftsorientierte Politik für unsere Familien auch kein Nebenthema, sondern betrifft als Querschnittsmaterie viele Bereiche der Gesellschaft: vom guten Aufwachen der Kinder und der Jugend über die Bildung und Aus-

bildung, dem Wohnen, der Freizeit, dem Berufsleben bis zur Pflege der älteren Generation weil das Leben in einer Familie grundsätzlich auch die Erfüllung des Generationenvertrages ist. Eine Politik, die das Leben der Familien fördern soll, muss die drei

zentralen Themenfelder gestalten: die finanzielle Absicherung von Familien, die Schaffung von mehr Zeit für Familie und eine familienfreundliche Infrastruktur.

Finanzielle Absicherung

Die finanzielle Entlastung der Familien und die Unterstützung mit Sachleistungen und Infrastruktur erfolgt durch den für Familiengelder zweckgebundenen Familienlastenausgleichsfonds (FLAF). Um die Geldleistungen für die Familien auch von Zeit zu Zeit wert anpassen zu können und auch neue Formen von Ausgaben, vor allem im Bereich der Infrastruktur, finanzieren zu können, ist jedenfalls eine nachhaltig ausgeglichene Einnahmen-Ausgaben-Gebahrung des FLAF notwendig, wofür wie-

derum die kostspieligen und teilweise anderen Budgets zuzuordnenden „familienfremden Leistungen“ (vor allem PV-Beiträge für Kindererziehungszeiten, Wochengeld) aus dem Fonds ausgegliedert werden sollten. Da diese Strukturbereinigung bisher noch kein Familienminister bzw. -ministerin geschafft hat, sollte diese Aufgabe anstelle eines politisch untergewichtigen eigenen Ressorts ein im Finanzministerium angesiedeltes Staatssekretariat wahrnehmen. Außer durch Geld- und Sachleistun-

gen werden Familien auch steuerlich entlastet. Dabei sollte im Sinne der Steuergerechtigkeit und im horizontalen Vergleich mit Kinderlosen zumindest der durchschnittliche Unterhaltsbedarf für alle Familienmitglieder insgesamt (unter Berücksichtigung der Transferleistungen) steuerfrei bleiben. Dieses Ziel könnte im geltenden Individualsteuersystem und auch ohne negative Arbeitsanreize für (die zweitverdienenden) Mütter durch ein „Familienrealsplitting“ (d.h. realitätsgerechte Unterhaltsleis-



tungen, die die Bemessungsgrundlage des Unterhaltsverpflichteten senken, werden beim Unterhaltsberechtigten als Einkommen versteuert) verwirklicht werden.

Das Kinderbetreuungsgeld (KBG), das seit März 2017 als Konto ausbezahlt wird, bringt mit dem neuen Familienzeitbonus für Väter und dem Partnerschaftsbonus bei circa gleicher KBG-Bezugsdauer zwar zusätzliche positive Anreize zur gleicheren Aufteilung der eigenen Kinderbetreuung, die von der Mehrheit der Bezieher

und Bezieherinnen gewählte bisherige Langvariante (30 Monate) ist jedoch in Bezugsdauer und im Gesamtbetrag etwas reduziert worden und sollte im Sinn der Wahlfreiheit für elterliche Eigenbetreuung wieder diesen verbreiteten Wünschen von Eltern entsprechend ausgeweitet werden.

Pension: Zeiten der Kindererziehung und -betreuung bzw. des Entfalls des Einkommens des betreuenden Elternteils sollten sich nicht unangemessen nachteilig auf die spätere Pension

(meist der Mütter) auswirken. Die Anrechnung der Kindererziehungszeiten sollte deshalb aufgewertet werden und sich an den „besten“ Lohn- und Einkommensjahren (derzeit: Medianeinkommen für Frauen) orientieren. Für Elternteile, vor allem Mütter, die wegen des Aufziehens mehrerer Kinder oder anderer Umstände nicht mehr erwerbstätig sein können, sollten stärkere Anreize für einen zwischen den Eltern zu vereinbarenden Versorgungsausgleich geschaffen werden.

Schaffung von mehr Zeit für Familie

Elternteilzeit: Denn in sehr vielen Fällen ist gar nicht das Geld, sondern vielmehr die verfügbare Zeit für Kinder das höchste Gut für Eltern. Viele Eltern wünschen sich auch während der Kleinkindphase eine verkürzte Arbeitszeit, weshalb die Elternteilzeit ein Erfolgsmodell zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf sein könnte - wenn aber auch die Einkommensverluste etwa durch zusätzliche

steuerliche Entlastung abgedeckt und Nachteile bei der Pensionshöhe durch ein attraktiveres Aufteilen der Pensionsbeiträge (Pensionssplitting) kompensiert würden.

Kinderbetreuung: In der Kinderbetreuung sind weitere Angebotslücken, vor allem am Land, zu schließen. Bei Einführung des verpflichtenden zweiten Kindergartenjahres sind allfällige Finanzierungslücken bei Ländern

und Gemeinden durch sozial gestaffelte Elternbeiträge zu schließen. Gleichzeitig wäre die steuerliche Absetzbarkeit aufgrund der steigenden Inanspruchnahme von Nachmittagsbetreuung in ganztägigen Schulformen bis zum Ende der Pflichtschulzeit auszudehnen; dies sollte künftig auch für Bildungsausgaben für Kinder dieses Alters gelten.

Familienfreundliche Infrastruktur

Elternbildung: Stärkung der Elternbildung vom Kleinkindalter durch Angebote in Kindergärten, Eltern-Kind-Zentren, Nachbarschaftszentren bis zum Ende der Pflichtschulzeit durch Angebote in Kindergärten und Schulen (Erziehungs- und Freizeitberatung, Aufklärung statt Frühsexualisierung von Kindern in der Schule, Information über neue Medien).

Familie/Bildung/Migration/Integration: Verstärkte Beteiligung und Mitsprache der Eltern in der Schule durch eine aktive Bildungspartnerschaft zwischen Schule - Eltern - Schülern, damit der Lebens- und Lernort Schule (vor allem im Volksschulalter und in der ganztägigen

Schulform) besser mit dem Leben in der Familie abgestimmt wird. Dies kann insbesondere auch eine Förderung von lernschwachen und sozial schwachen Kindern bzw. Kindern aus Migrantenfamilien bewirken, deren Notwendigkeit in internationalen Vergleichstests regelmäßig besonders auffällt. In diesem Kontext ist vor allem auf die Verwirklichung des Kinderrechts auf Bildung und dies insbesondere für unbegleitete minderjährige Flüchtlinge zu achten. Dabei gibt es viele Synergie-Effekte von Bildung und Familie: Eine spezielle Sprachförderung für Flüchtlings- und Migrantenkinder ist nicht nur ein bildungspolitisches Erfordernis, sondern begünstigt auch deren Inte-

gration in die Gesellschaft und mit dem Wohlergehen der Kinder auch jenes der ganzen Familie. Dies sollte auch von speziellen Sprachförderprogrammen und Qualifizierungsangeboten für Mütter in Flüchtlings- und Migrantenfamilien begleitet werden. Die Familienzusammenführung bei Migranten sollte unter Rücksichtnahme auf Integration und Arbeitskräftebedarf erfolgen.

Familie und Wohnen: Vor allem junge Familien bekommen die stark gestiegenen Wohnkosten zu spüren. Dabei sind die eigenen vier Wände auch eine wichtige Voraussetzung für gelingendes Familienleben. Zur finanziellen Entlastung sollen Familien unabhängig ihres mietrechtlichen





Status nach einer Bedarfsprüfung (Einkommen/Kinderzahl) speziell gefördert werden. Für die Förderung des Wohnens im Eigentum sollte die Wohnbauförderung der Länder nach den Kriterien Einkommen und Kinderzahl sozial treffsicherer gestaltet werden. Jedenfalls sollte die Förderwürdigkeit in bestimmten zeitlichen Abständen überprüft werden.

Familie und Beruf: Um das Arbeitsleben auch messbar familienfreundlicher zu gestalten und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf nachhaltig zu verbessern, sollten entsprechende Maßnahmen in Unternehmen betreffend Personalpolitik, flexibler Arbeitszeit, Karenzzeiten, Kinderbetreuung, etc. über den reinen Image- und PR-Faktor hinaus entsprechend einem transparenten Kriterienkatalog auch quantifizierbare Anreize und Auswirkungen haben. Nur dann wären familienfreundliche Maßnahmen auch tatsächlich messbare Erfolgsfaktoren für Unternehmen und Familien.

Familie und Pflege: Zur leichteren Vereinbarkeit von Beruf und Pflege sollten die Möglichkeiten von Pflegekarenz und Pflegezeit für berufstätige Angehörige bis zu 12 Monate erweitert werden. Außerdem ist ein System der mobilen Pflegedienste auszubauen. Pflegezeiten sollten in begrenztem Umfang auch in der Pensionsversicherung angerechnet werden. Grundsätzlich wäre der Aufbau einer allgemeinen Pflegepflichtversicherung mit Leistungen auch bei Eigenbetreuung der Angehörigen anzustreben.

Generationenpolitik: Familienpolitik ist auch Generationenpolitik: durch die Aktivierung sozialer Ressourcen durch verschiedene Anreize kann das gesellschaftliche Engagement aller Generationen zum gegenseitigen Nutzen (Beispiele: Kinderspiel- und Elterntreffs, Lernbegleitung, Parkbetreuung, Kulturprogramme, Umweltprojekte, Seniorencafés) forciert werden. Als ganzheitliches Projekt bietet sich in diesem Sinn die För-

derung von Mehrgenerationenhäusern als Treffpunkte von älterer und jüngerer Generation und soziale Begegnungsorte in Stadtteilen an. Dass solche Einrichtungen als multifunktionale Zentren gleichzeitig mehrere soziale Zwecke erfüllen können, zeigt das deutsche Förderprogramm eindrucksvoll.

Die Förderung und die Entlastung von Familien ist kein harmloses Schönwetterprogramm und sollte auch nicht für gemütvolle Sonntagsreden strapaziert werden, sondern als eine Investition in unsere Kinder und damit in unsere Gesellschaft angesehen werden. Dabei ist es nicht so, dass mit verstärkten finanziellen Mitteln auch mehr Kinder geboren werden, wie das manche suggerieren wollen. Es geht einfach darum, jene Menschen, die sich schon dazu entschieden haben, ihren Kinderwunsch zu verwirklichen, in ihrem Leben mit Kindern von Seiten der Gesellschaft glaubwürdig zu unterstützen. 🌐

Die Initiative DIE WEIS[S]E WIRTSCHAFT

verfolgt als Think Tank das Ziel, mehr Sachverstand in den gesellschaftspolitischen Diskurs zu bringen. Repräsentiert durch ExpertInnen, die keine Vergangenheit als Parteifunktionäre haben, aber die politischen Strukturen und Abläufe in der Politik kennen. Im Rahmen der Veranstaltungsreihe Der Weis[s]s Salon werden ExpertInnen und Persönlichkeiten zum Meinungsaustausch zu aktuellen Themen geladen. Im Weis[s]sen Blog schreiben Team und Beiräte der Weis[s]sen Wirtschaft sowie Experten und Gastautoren.

Dr. Andreas Kresbach

praktizierte nach seinem Studium der Rechtswissenschaften in der Menschenrechtsdirektion des Europarates in Straßburg. Seit 1995 ist er in verschiedene Positionen im Bundesministerium für Familie und Jugend tätig: als Mitarbeiter des Ministerbüros und seit 1996 in der Sektion Familie als Stv. Abteilungsleiter mit den Fachgebieten „Allgemeine Familienpolitik, Sozial- und Generationenpolitik, Familienbesteuerung“. Er verfasste mehrere Publikation zu seinen Fachthemen und ist Mitglied des Think-Tanks DIE WEIS[S]E WIRTSCHAFT. <http://www.weissegewirtschaft.at>



STAATSPREIS

für die VBV – Vorsorgekasse.

Dem Marktführer VBV wurde 2017 der **Staatspreis für Unternehmensqualität** verliehen!

- **Nachhaltigkeit und Performance** schließen einander nicht aus. Die VBV erzielte im Vergleich aller seit 2003 aktiven Vorsorgekassen das beste Ergebnis (über 52% inkl. Zinseszins von 1.1.2003 – 30.6.2017).
- Die VBV wurde vom Verein für Konsumenteninformation 2016 als **Testsieger** in der Vorsorgekassenbranche ausgezeichnet. Der Spitzenplatz wurde auch für 2017 bestätigt.
- Der Nachhaltigkeitspionier gründete bereits 2002 als erste Vorsorgekasse einen **Ethik-Beirat**.
- Bei einem Wechsel zur VBV kommen Sie in den Genuss der besonders preiswerten **Vorteilsstaffel**.



Firmen wechseln **kostenlos**
zum Marktführer!

☎ 01 217 01 8123

Rund jeder dritte Arbeitnehmer, Arbeitgeber und Selbständige ist schon Kunde!
Nutzen auch Sie die Vorteile der führenden Vorsorgekasse.



Vorsorgekasse



Mag. Dr. Susanne Baumann-Söllner – Vorstand, IAKW-AG

WIRTSCHAFTSFAKTOR KONGRESSE

DIE BEDEUTUNG FÜR STÄDTISCHE UND WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

Der internationale Kongressmarkt ist hart umkämpft. In Städten wie Amsterdam, Barcelona, Kopenhagen und Paris werden laufend neue Kongresszentren gebaut oder bestehende modernisiert. Viele Städte haben die Profitabilität dieses Geschäftsfeldes erkannt und setzen bewusst Maßnahmen, um Veranstalter in die Destination zu locken. Um am Ball zu bleiben und den geänderten Kundenbedürfnissen gerecht zu werden, muss man Trends antizipieren und in Innovation investieren.

Kongresse sind unglaublich herausfordernd – im Vorfeld bei der Akquise, bei der Konzeption und dann in der Umsetzung; über den Zeitraum von wenigen Tagen muss einfach alles passen, alle Räder sprichwörtlich ineinander greifen. Bei einem Kongress für 20.000 Personen ist das eine unglaubliche Anforderung an die Infrastruktur, die Technik, das Catering

und das Team an sich. Und ich war sofort begeistert von dem unglaublichen Wissen, das bei den internationalen Großkongressen vermittelt wird – angefangen von der Ablenkung von Asteroiden beim Kongress der Geowissenschaftler über die Heilung von Nahrungsmittelunverträglichkeiten bis zu einem Nasenspray zur Behandlung von Depressionen.

Das beeindruckt mich auch nach fünf Jahren noch immer ungemein. Ich sehe es als unseren Auftrag diese bahnbrechenden Ergebnisse an die breite Öffentlichkeit zu tragen und bieten daher auch ein kostenloses Presseservice für unsere KundInnen an.



Die wirtschaftliche Bedeutung des Kongresswesens

Die Tagungsmetropole Wien erreichte in der Statistik der International Congress and Convention Association (ICCA) im Jahr 2016 erneut eine Top-Platzierung und landete auf dem weltweit 2. Platz. Mit 186 einschlägigen Veranstaltungen wurde es nach Paris (196) und vor Barcelona (181) gereiht.

Die wirtschaftliche Bedeutung dieses Rankings für Wien ist gewaltig: Jede achte Gästenächtigung in Wien entsteht durch Tagungen. Wien hat 2016 insgesamt 4.084 Kongresse, Fir-

menveranstaltungen und Incentives beherbergt (+11% im Vergleich zum Vorjahr) mit in Summe über 567.000 Tagungs-TeilnehmerInnen, die rund 1.718.000 Nächtigungen (+2 % im Vergleich zum Vorjahr) generierten. Mit 538 Euro pro Kopf und Tag in Wien geben Kongressteilnehmer etwa doppelt so viel aus wie Freizeitgäste (mit rund 252 Euro).

In diesen Summen spielt das Austria Center Vienna als „Wertschöpfer“ eine wesentliche Rolle. Das 65-köpfige Team des Hauses sichert Ar-

beitsplätze für 3.351 Personen in Österreich. Die Bruttowertschöpfung beträgt 456,5 Mio. Euro, davon 176,9 Mio. Euro alleine in Wien. Auch für die Öffentliche Hand sind wir ein wesentlicher Faktor: 114,8 Mio. Euro Steuern und Abgaben werden durch die IAKW-AG geleistet, die auch für Verwaltung des Vienna International Center zuständig ist, und damit zusätzlich 923 Mio. Euro Bruttowertschöpfung und fast 11.000 Vollzeit-äquivalente pro Jahr erwirtschaftet.

Die Basis des unternehmerischen Erfolgs

Möglich wird das durch unsere Unternehmensstrategie, die auf verantwortungsvolles Handeln im Sinne der ökologischen, ökonomischen und sozialen Nachhaltigkeit gebaut ist. Wir fokussieren uns auf die Ausrichtung internationaler Großkongresse, um einerseits den langfristigen Bestand des Unternehmens zu sichern, aber auch die gesamte Destination Wien zu stärken. Diese Strategie hat sich ausgezahlt. 2016 haben wir den höchsten Umsatz in 30 Jahren Unternehmensgeschichte erwirtschaftet und rund 93.000 internationale TeilnehmerInnen willkommen geheißen. Ein Erfolgsfaktor ist, dass wir mit dem Austria Center Vienna über ein Haus mit einem europaweit einzigartigen Raumangebot in Kombination mit attraktiven Flächen für Ausstel-

lungen verfügen und dabei die digitale und persönliche Vernetzung der KongressteilnehmerInnen besonders berücksichtigt wird. Wir haben daher gemeinsam mit unserem IT-Partner eine digitale Infrastruktur aufgebaut, die alle Teilnehmer – immerhin bis zu 20.000 in unserem Haus und in den Hallen – mit flächendeckendem, hochqualitativem WLAN versorgt. Die Infrastruktur wurde letztes Jahr als weltweit führend im Kongressbereich ausgezeichnet. Damit haben wir uns gegen starke Konkurrenten, wie Singapur, durchgesetzt. Auch dem Trend, dass immer mehr Frauen an Kongressen teilnehmen, tragen wir Rechnung, indem wir kostenlose Kinderbetreuung bei uns im Haus anbieten.

Ich bin davon überzeugt, dass nur

mit einem engagierten und kompetenten Team außergewöhnliche Leistungen erbracht werden können. Nur sie sind bereit die gewisse „extra mile“ für das Unternehmen und den Kunden zu gehen. Meine Devise lautet daher: fordern und fördern. Ich setze auf höchste Qualität, punktgenaue Leistungen und verlange viel, gebe im Gegenzug dafür aber auch Freiräume, Möglichkeiten sich weiterzuentwickeln sowie eigene Ideen und kreative Lösungen einzubringen. Für mich ist es wichtig, dass sich die MitarbeiterInnen mit ihren Aufgaben sowie dem Unternehmen identifizieren, sich wohlfühlen, selbstständig, lösungs- und zukunftsorientiert sind und vor allem auch gerne arbeiten.



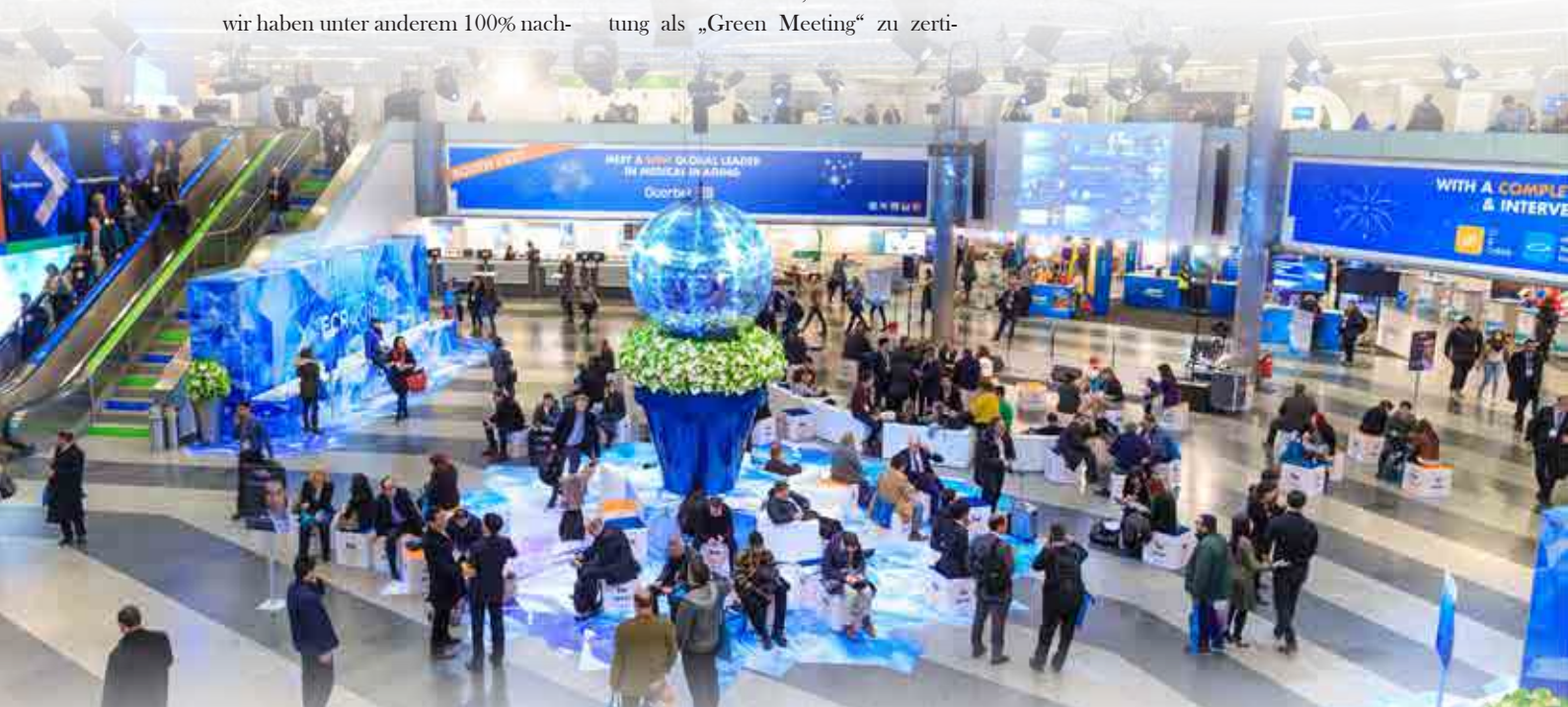


Ökologie und Kongresswesen

Als Unternehmen der öffentlichen Hand sind wir uns aber auch unserer sozialen und gesellschaftspolitischen Verantwortung bewusst. Wir sind ein Green Conference Center – das heißt wir haben unter anderem 100% nach-

haltigen Strom und wurden gemeinsam mit dem VIC als „klimaneutral“ ausgezeichnet. Als Weiterführung dieser Philosophie bieten wir auch unseren Kunden an, ihre Veranstaltung als „Green Meeting“ zu zerti-

fizieren. Mir ist es neben positiven Wirtschaftszahlen auch ein Anliegen einen Mehrwert zu schaffen – für die BesucherInnen, die Destination und die Gesellschaft.



Zukunftsvisionen

Langfristig möchte ich die internationale Top-Positionierung des Austria Center Vienna weiter ausbauen und Trends in der Kongressbranche setzen. Wir haben dieses Jahr 13 Großkongresse im Haus und damit jeweils

zwischen 1.000 und 20.000 TeilnehmerInnen vor Ort. Auch das Engagement der österreichischen WissenschaftlerInnen und ForscherInnen, die Fachkongresse nach Wien holen, ist für uns von hoher Bedeutung. Ich

bin mir sicher, wenn wir diesen Kurs beibehalten und alle – der Bund, die Destination Wien, unsere Partner und wir – weiterhin an einem Strang ziehen, werden wir auch die nächsten Jahre tolle Erfolge feiern können. 🌍

Mag. Dr. Susanne Baumann-Söllner

ist Vorstand der IAKW-AG, die für die Erhaltung und Verwaltung des Vienna International Centre und den Betrieb des Austria Center Vienna zuständig ist. Die studierte Wirtschaftspädagogin, Wirtschaftstreuhänderin und Finanzanalystin arbeitete zunächst als Steuerberaterin und war danach im Bundesministerium für Finanzen als Beraterin mehrerer Minister und als Abteilungsleiterin für Steuerpolitik und Abgabenlogistik tätig. Dr. Baumann-Söllner ist Autorin mehrerer steuerpolitischer Fachpublikationen und Preisträgerin des Leopold Kunschak Wissenschaftspreises 2011. Mit ihrem Unternehmen ist sie Mitglied im SENAT DER WIRTSCHAFT.





MITTELSTANDS
ALLIANZ



SELBSTBESTIMMT STATT FREMDBESTIMMT

Die Mittelstands-Allianz als Stärkung der heimischen Wirtschaftsbasis

WERDEN SIE JETZT BOTSCHAFTER/IN
DER MITTELSTANDS-ALLIANZ!

Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme!

SENAT DER WIRTSCHAFT Österreich

Rotenturmstraße 5-9 | 1010 Wien

www.senat-oesterreich.at

www.mittelstands-allianz.at

T +43-1-505 35 48-0 | office@senat-oesterreich.at

Eine Initiative des



SENAT DER
WIRTSCHAFT



Michaela Reitterer (Hotelbesitzerin, Präsidentin der ÖHV)

ARBEITSZEITFLEXIBILISIERUNG & AUSLÄNDERINNENBESCHÄFTIGUNG

GUTE LÖSUNGEN BRAUCHEN EINEN REALITY CHECK!

Start-up-Förderung? Ja, natürlich! Gründerland Nr. 1 werden? Dagegen kann niemand sein. Aber nicht auf Kosten etablierter Arbeitgeber! Denn die zahlen jetzt schon zu hohe Steuern und Abgaben, finanzieren zusätzlich zum Sozialsystem auch Start-ups und EPU's.


Doch genau das ist geschehen: Die einen wurden belastet, die anderen entlastet. Mit der Novelle des Ausländerbeschäftigungsgesetzes wurde die Rot-Weiß-Rot-Karte für TechnikerInnen verlängert und auf Start-ups ausgeweitet, die Arbeiterlaubnis für Saisoniers aber verkürzt.

Warum? Weil harte Arbeit nicht en-

vogue ist? Es sieht so aus. Dabei erhöht die Branche laufend die Löhne, investiert in Unterkünfte und Ausbildung, bietet den Fachkräften noch deutlich mehr als andere Branchen sichere Arbeitsplätze in der Region und internationale Karrieren.

Das können die Betriebe auf lange Sicht aber nur garantieren, wenn wir auch auf überbetriebliche Ebene Unterstützung erhalten. Der Beitrag der Politik ist bescheiden, dabei mangelt es an konstruktiven Vorschlägen nicht: Das ÖHV-Modell zur Saisonverlängerung oder die Ausweitung der Rot-Weiß-Rot-Karte auf den Tourismus sind Win-Win-Konzepte,

die mit etwas gutem Willen rasch in die Tat umgesetzt werden können.

Auschlaggebend wird die Umsetzung der Arbeitszeitflexibilisierung. Wird die Bundesregierung ein Konzept umsetzen, das die ArbeitgeberInnen im Tourismus berücksichtigt? Wird das Konzept der Sozialpartner den Anliegen unserer KMU gerecht? Gewährleisten könnte das wohl nur ein Reality Check: Befragen wir die Unternehmen im Praxistest, ob sich das Modell in die Praxis umsetzen lässt. Damit so etwas wie mit der Registrierkasse oder der USt-Pauschalierung nicht noch einmal passiert. 

Michaela Reitterer

führte nach der Matura an den Tourismusschulen MODUL ihr Reisebüro KUONI Hippesroither. 2002 kaufte sie ihren Eltern das Hotel „Zur Stadthalle“ ab und wandelte es Schritt für Schritt zum „Boutiquehotel Stadthalle Wien“ um, dem weltweit ersten Stadthotel mit Null-Energie-Bilanz. Reitterer wurde 2009 mit dem Umweltpreis der Stadt Wien und dem Österreichischen Staatspreis für Tourismus ausgezeichnet und 2010 mit dem Österreichischen Klimaschutzpreis. Im selben Jahr wurde sie zur Hotelière des Jahres gewählt. 2011 erhielt sie den Sterne-Award der WKO in der Kategorie „Nachhaltigkeit“ und das fünfte Österreichische Umweltzeichen in Folge. Als erstes Hotel in Wien erhielt das Boutiquehotel Stadthalle zweimal das Europäische Umweltzeichen und den HolidayCheck Award 2013 als beliebtestes Hotel Österreichs. Michaela Reitterer ist Präsidentin der Österreichischen Hoteliervereinigung und Botschafterin der MITTELSTANDS-ALLIANZ des SENAT DER WIRTSCHAFT.





Jochen Ressel - Geschäftsführer-Operations, SENAT DER WIRTSCHAFT

BOTSCHAFTER DER ERSTEN MINUTE

HERBERT RIESER IST DER ERSTE BOTSCHAFTER DER MITTELSTANDS-ALLIANZ

Die Website der MITTELSTANDS-ALLIANZ des SENAT DER WIRTSCHAFT war noch keine 15 min. online, als erstmals der Button „Jetzt BotschafterIn werden“ angeklickt wurde und die erste Registrierung beim SENAT einging. Wir begrüßen Herbert Rieser als ersten Botschafter dieser neuen Initiative. Er hat uns wissen lassen, warum er sofort reagierte.



„Der Mittelstand ist das stabilisierende Fundament in Krisen! Er bildet mit über 90% aller Unternehmen, das Rückgrat der österreichischen Wirtschaft. In jeder Stadt, Talschaft, Region und Gemeinde ist der Mittelstand vertreten und somit auch gesellschaftspolitisch unverzichtbar. Der Mittelstand ist nicht nur einer der größten Steuerzahler sondern auch der größte Arbeitgeber im Bereich der Lehrlingsausbildung. PACKEN WIR'S AN – und gestalten wir selbstbestimmt unsere unternehmerische Zukunft! Deswegen bin ich Botschafter der MITTELSTANDS-ALLIANZ!“



Gute Gründe jetzt BotschafterIn der MITTELSTANDS-ALLIANZ zu werden:

- Weil die Interessen des Mittelstand gehört werden müssen – sowohl in der Politik, wie auch in den Medien, und die MITTELSTANDS-ALLIANZ diese Aufgabe übernimmt!
- Weil der Mittelstand Know-how braucht, über IT-Sicherheit, Digitalisierung, neue Finanzierungsformen u.v.m. und es jemand geben muss, der sich dieser Wissenstransfer-Aufgabe praxisorientiert annimmt!
- Weil Gesetzesentwürfe, die den Mittelstand direkt betreffen, mit ExpertInnen-Know-how aus der Sicht der unternehmerischen Praxis geprüft und kommentiert werden müssen und die MITTELSTANDS-ALLIANZ diese Aufgabe für die UnternehmerInnen übernimmt.
- Weil den Mittelstand zukunftssichernde Vorschläge für notwendige Reformen stichhaltig argumentiert und in den politischen Prozess eingebracht werden müssen.
- Weil sich der Mittelstand auf einer parteipolitisch unabhängigen Ebene, über Parteigrenzen hinweg solidarisieren muss, um in der Öffentlichkeit das Gewicht zu bekommen, das ihm durch seine Wichtigkeit für Österreichs Wirtschaft schon lange zusteht!



Mag. Wolfgang Lusak – Lobby der Mitte

DIE PARTEICHEFS AM MITTELSTANDS-PRÜFSTAND

ÜBER DIE CHANCEN DER PARTEIEN MIT
MITTELSTANDSPOLITIK ZU PUNKTEN

Der Mittelstand ist nicht nur die Einheit der Klein- und Mittelbetriebe sowie Selbständigen, er ist viel mehr auch die ein Drittel der Österreicher umfassende Gemeinschaft der Werte „Leistung, Eigentum, Nachhaltigkeit und Fairness“. Er ist es, der dieses Land mit seinen Innovationen und Steuern, seiner Verbundenheit mit der Bevölkerung zusammenhält. Ausgewogen handelnde Politiker achten ständig auf diese Gemeinschaft jenseits populistischer Links- und Rechts-Ideologien. Um auch die Spitzenpolitik auf die uns alle erhaltenden Leistungen und Bedürfnisse des Mittelstandes aufmerksam zu machen und den Menschen die Wahl zu erleichtern, habe ich die Chefs der Nationalrats-Parteien zum Interview gebeten. Lesen Sie hier einen kritischen Vergleich der Parteichef-Aussagen.

Ziel meiner Interviews war es, der Dominanz der emotionalen Top-Themen Asylwelle, Terrorabwehr und Mindestsicherung entgegenwirkend, die Ernsthaftigkeit der Parteien in Bezug auf ihre Wertschätzung und ihren Einsatz für den Mittelstand als politische Zielgruppe auszuloten, zu vergleichen und zu bewerten. Dafür wurden allen Parteichefs grundsätzlich immer die gleichen Fragen gestellt.

Vier der persönlich befragten Parteichefs – Lunacek, Strache, Strolz und Lugar – sehen den Mittelstand als außerordentlich wichtige Zielgruppe und als Träger der Wirtschaft. Nicht

verwunderlich sehen sie den Mittelstand als von den jeweils anderen, vor allem aber der Koalitionsregierung zu wenig beachtet und daher von ihnen selbst wo und wie es nur geht unterstützt. Dabei erstickten sich die Hauptbotschaften von einer sich sehr identifizierenden „Wir sind ja Mittelstand“-Behauptung (besonders von FPÖ und NEOS) bis zu einer sachlich-wohlwollenden Haltung (wie bei den GRÜNEN und dem nun verschwindenden Team Stronach). Nur die SPÖ mit Bundeskanzler Kern verweigerte sich prinzipiell der Verwendung des Begriffs Mittelstand – mit dem sie nur die EigentümerIn-

nen von KMU verbindet – durch den Anspruch, die „Mittelschicht“ zu vertreten. Es wäre aus SPÖ-Sicht „wenig zielführend, nach Erwerbsformen zu unterscheiden“. Sebastian Kurz wollte mit Hinweis auf sein noch in Entwicklung befindliches Parteiprogramm kein Interview geben – ich habe dennoch seine bisherigen relevanten Aussagen in diesen Vergleich aufgenommen und ihm am Ende dieses Artikels auch noch ganz persönlich darauf angesprochen, dass seine „Neue ÖVP“ eines ganz deutlich macht: Es gab und gibt auch eine „alte ÖVP“.

Parteichefs am Mittelstands-Prüfstand

Auch wenn das Team Stronach nicht mehr antritt: Robert Lugar (nun wieder bei der FPÖ) war ein kompetenter, etwas abgeklärter Interview-Partner, der den Mittelstand als wichtigste

Staatsstütze bezeichnete und trocken analysiert: „Er ist stark in der wirtschaftlichen Leistung und schwach in der politischen Durchsetzung, er kann nicht vor Steuern flüchten. Er

wird wie ein Lasttier behandelt, das immer bis zu seinen äußersten Grenzen belastet wird.“



Heinz Christian Strache

war gut vorbereitet, hatte alle relevanten Zahlen und Aussagen zur Hand, stellte sich als den Beschützer der Leistungsträger, Steuerzahler und KMU dar und wettet gegen „die Unterstützung der in geschützten Bereichen Tätigen und der Sozialhilfeempfänger“, dort fließen die Steuereinnahmen aus dem Mittelstand hin, „dagegen treten wir auf, wir setzen uns für mehr Leistungsgerechtigkeit

ein.“ Sein Hauptvorwurf an die bestehende Regierung: „Statt Leistungsanreize für zukünftiges Wachstum zu setzen, wird eine leistungsferne Anspruchsgesellschaft gefördert, in der Schule werden zukünftige Arbeitslose regelrecht gezüchtet. KMU und Nahversorgung werden benachteiligt, Beispiel sei die Registrierkassenpflicht und Besteuerung im Vergleich zu Konzernen!“



Matthias Strolz

brachte viel Leidenschaft für Mitte und Mittelstand in seine Antworten und formulierte fast unisono mit den anderen Oppositions-Parteichefs: „Mittelstand wird als Lobby immer schwächer, weil die Regierung – jahrzehntelang von Rot-Schwarz dominiert – nur so tut, als ob sie für den

Mittelstand eintreten würde, ihn de facto aber immer mehr benachteiligt und ausbeutet.“ Strolz weiter: „Wir leben Mittelstand ehrlich und mehr als die anderen. Wir wollen auch die emotionale Heimat des Mittelstands werden – gebt uns bitte dafür noch etwas Zeit.“



Ulrike Lunacek

betonte im Interview die Bedeutung des Mittelstands als „verantwortungsvolles und innovatives Rückgrat unserer Wirtschaft und Basis unseres Wohlstandes“. Sie sprach auch – so wie die anderen Oppositions-Parteien – die Forderungen nach Lohnnebenkosten-Senkung, verstärkter Forschungsförderung („KMUs gegenüber Großunternehmen nicht

benachteiligen“), besserer Alternativfinanzierung und „echter“ Gewerbeordnungs-Reformen aus. Insbesondere wollen sich die GRÜNEN der sozialen Absicherung der „oft in prekären Verhältnissen arbeitenden“ Klein-Unternehmen widmen. Es ginge ihr nicht um „schöne Worte“, sondern um „sinnvolle Inhalte“.





Christian Kern

umschiffte meine Fragen zumeist mit der Aussage: „Unsere Zielgruppe ist die erwerbstätige Mittelschicht, die - ob selbständig oder unselbständig - einen gewissen Lebensstandard erarbeitet hat und heute unter immer stärkerem Druck gerät.“ Er sieht seine SPÖ als einzige Mittelschichts-Partei: Wir sind für die LeistungsträgerInnen da, jene 95 Prozent, die jeden Tag

früh aufstehen, arbeiten gehen und sich anstrengen müssen. Für diese 95 Prozent machen wir Politik.“ Als entsprechende SPÖ-Leistungen verweist er auf Steuerreform, Bildungsreform, Gemeinden-Investitionspaket aber auch auf die KMU-Investitionszuwachsprämie, Lohnnebenkostensenkung, Forschungsförderung etc.



Sebastian Kurz

Um auch ohne Interview etwas über Sebastian Kurz's Positionen sagen zu können, habe ich aus seiner Website und den gerade präsentierten Ausschnitten aus seinem Wirtschaftsprogramm ein paar für den Mittelstand relevante Aussagen herausgesucht: „Ich bin für Leistungsorientierung: Man wird für das geschätzt, was man tut und nicht, was man ist.“ Über Eigenverantwortung: „Der Mensch ist sich selbst und seinen Mitmenschen gegenüber für seine Handlungen verantwortlich. Er soll seine Entschei-

dungen selbst treffen und seine Talente frei entfalten.“ Zu Wirtschaft: „Österreich braucht eine niedrige Steuer- und Abgabenquote und weniger Bürokratie. Die Regierung muss sparen, unverantwortliche Förderungen reduzieren und den Wirtschaftsstandort stärken.“ Zur Politik: „Wir glauben fest daran, dass es eine neue politische Kultur in unserem Land braucht - weg von faulen Kompromissen und politischem Tauschhandel.“



Wer politisch profitieren wird

Meine Zusammenfassung: SPÖ und ÖVP sind gemeinsam für die schlechter werdenden Rahmenbedingungen für den Mittelstand, die KMUs und Freiberufler, verantwortlich. Kern zielt in dem Zusammenhang weniger auf eine Wertegemeinschaft Mittelstand als auf die numerische Zielgruppe Mittelschicht ab. Kurz verspricht immerhin eine neue Bewegung und neue ÖVP - wie viele konkrete Leistungen für den Mittelstand in seinem Programm stecken werden, ist noch abzuwarten. Die Oppositionsparteien tun sich leicht eine Pro-Mittelstands-Haltung zu behaupten, sie ha-

ben noch keine oder nur sehr partiell Regierungsverantwortung übernommen. In ihrer öffentlich sichtbaren Kommunikation - für die sie ja auch verantwortlich sind - steckt nur sehr wenig Mittelstand. Man muss der Opposition aber zugestehen, dass sie alle in der parlamentarischen Arbeit schon viele mittelstandsfreundliche Anträge eingebracht haben, vielleicht die NEOS, die FPÖ und das Team Stronach etwas mehr als die GRÜNEN. Letzteren und den NEOS muss man außerdem zu Gute halten, dass sie sehr starke Unterstützer von innovativen und nachhaltigen Star-

tups sind. Allen - Regierungs- und Oppositionsparteien - muss man aber vorhalten, dass sie mit Partikular- und Klientel-Politik keine ganzheitliche Linie haben und sich generell zu wenig gegen die Aushöhlung des Mittelstandes einsetzen. Denn der Mittelstand will nicht mehr der nützliche Idiot sein, der rücksichtslosen Konzernen, im geschützten Raum Arbeitenden und Mindestgesicherten, ein gutes Leben beschert. Eines steht fest: Diejenige Partei die sich jetzt noch am klarsten für die Ziele und Werte des Mittelstands engagiert wird davon sehr profitieren.



Sebastian Kurz und der „Neuen ÖVP“ ins Stammbuch geschrieben

Die Begeisterung der Bevölkerung für Sebastian Kurz hat wohl viel mit seiner persönlichen, jugendlichen Ausstrahlung, seinem mutig und intelligent wirkenden Stil ohne große Seitenhiebe zu tun. Auch in der Wirtschaft und insbesondere dem Mittelstand regt sich nach viel Enttäuschung in den letzten Jahrzehnten wieder Hoffnung durch die von ihm proklamierte neue ÖVP.

Die KMUs und Selbständigen mit all ihren Mitarbeitern haben ja besonders viel leiden müssen. Wachsende Bürokratie, Steuer-Ungerechtigkeit, Kapitalnot, ungeeigneten Nachwuchs, Beamten-Privilegien etc. konnten sie mit Fortdauer der Rot-Schwarzen Koalition nicht mehr nur „den Sozialisten“ zuordnen. Sie sahen auch die Mitverantwortung ihrer „angestammten“ Partei. Sie erleben eine wachsende Umverteilung von Mitte zu Reich und Arm. Als ganz

schlimm wird die Nahversorgung vernichtende Registrierkassenpflicht, der Sozialpartner-Wahnsinn höherer Mindestlöhne ohne Arbeitszeit-Flexibilisierung, aber auch der tägliche existentielle Zwang zu strafbaren Handlungen, wie z. B. Verfälschung von Arbeitszeit-Aufzeichnungen, empfunden. Sie kommen sich als die neue, ausgebeutete Arbeiterklasse vor, welche die wachsenden Vermögen der Konzerne und zunehmende Arbeitsunwilligkeit von Mindestsicherungs-Beziehern ermöglicht. Sie brauchen keine Förderungen, wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Ihre Verzweiflung und ohnmächtige Wut war einer der Hauptgründe für die Wählerverluste der „alten ÖVP“. Das hat auch die Bevölkerung gemerkt: 63% der Österreicher halten den Mittelstand für sehr wichtig aber nur 20% für einflussreich. 19% der Menschen sehen keine der aktuellen

Parteien als für den Mittelstand wählbar an.

Deshalb glaube ich, dass sich die „Liste Sebastian Kurz“ mit der „neuen ÖVP“ sehr klar von den Fehlern und Schwächen der „alten ÖVP“ distanzieren sollte. Ich lege Sebastian Kurz nahe, sich für die bisherige Benachteiligung des Mittelstandes die Koalitions-Regierung zu entschuldigen und in sein Programm eine völlig neue, sich der staatstragenden Kraft des Mittelstandes bewusste Wirtschaftspolitik aufzunehmen. Das könnte das Vertrauen von 32% der Wähler gewinnen, die sich der Wertegemeinschaft Mittelstand zugehörig fühlen und sehr wahrscheinlich wahlentscheidend sind – jetzt und in der Zukunft. 🇺🇸



Mag. Wolfgang Lusak

hat als

Manager und Geschäftsführer in Konzernen (Unilever, Gillette, BP) und

Verbänden (als erster Chef der Österreichischen Weinmarketing-Gesellschaft) durchsetzungsstark gearbeitet. Jetzt ist er als Berater und Coach von Führungskräften in Unternehmen, Kooperationen, Verbänden und NPOs

erfolgreich tätig. Wolfgang Lusak hält Vorträge und schreibt Artikel über Management, Marketing, Wirtschaftspolitik und Persönlichkeitsentwicklung in

Medien wie KURIER, MÖBIUS, Bürgermeisterei und die



Dr. Rudolf Kinsky, geschäftsführender Präsident AVCO

INNOVATION UND WACHSTUM IM MITTELSTAND FINANZIEREN

**WELCHE ROLLE PRIVATES, VORBÖRSLICHES KAPITAL
DABEI SPIELT**

Dr. Rudolf Kinsky

verfügt über 35 Jahre internationale Experten-Erfahrung in den Bereichen Private Equity, Investment Banking und Management Consulting in USA, UK, Deutschland, Österreich sowie den CEE-Ländern. Er arbeitet zurzeit als Senior Partner Österreich für DPE Deutsche Private Equity GmbH. Davor war u.a. für die 3i Group, Charterhouse, Dresdner Bank, McKinsey & Co. und die The First Boston Corporation tätig. Er promovierte als Dr. jur. an der Universität Salzburg, ist LL.M. (Master of Law - Harvard Law School) und machte an der Harvard Graduate School of Business Administration seinen MBA. Er ist der geschäftsführende Präsident der Austrian Private Equity and Venture Capital Organization (AVCO), einem Mitgliedsunternehmen des SENAT DER WIRTSCHAFT.



Mit den Entwicklungen der letzten zehn Jahre, als eine in vielen Aspekten dynamische Periode, und den Änderungen des wirtschaftlichen Umfelds stehen Unternehmer im KMU/ Mittelstands-Markt weiterhin vor großen Herausforderungen:

- » Technologischer Fortschritt (Automatisierung, Digitalisierung, Blockchain) revolutioniert fast alle Märkte und ändert die Wertschöpfungsketten.
- » Die Globalisierung schreitet fort und lässt sich nicht aufhalten, das heißt auch, dass der Wettbewerb international ausgeprägt ist.
- » Innovation und Wachstum führen zu nachhaltigen strategischen Vorteilen, müssen aber zum Teil extern finanziert werden. Cashflows alleine reichen nicht aus.
- » In den Jahren seit der Finanzkrise wurden Investitionen und Expansionspläne zurückgestellt, was im Mittelstand zu massivem Investitionsrückstau geführt hat und dessen Auflösung umfangreiche Mittel erfordert.
- » Die Finanzmärkte, deren Spieler und Instrumente müssen sich stark einschränkenden Regularien unterwerfen. Es entstehen neue Finanzierungsalternativen aus dem Non-banking Markt. Die Wahl der richtigen Finanzierung wird zur wichtigen strategische Komponente.



Der resultierende Strukturwandel und die daraus notwendigen strategischen Maßnahmen (Innovation, Expansion, Änderung der Wertschöpfungskette) können nur bewältigt werden, wenn Unternehmen adäquat und markt- und risikogerecht finanziert sind.

Innovation und Wettbewerbsfähigkeit: Rezept für Wachstum und Schaffung von Arbeitsplätzen

Innovation ist nicht nur eine Triebfeder für Start-ups, auch etablierte KMUs und Mittelstandsfirmen müssen ihre Produkte und Dienstleistungen permanenten Entwicklungs- und Verbesserungsprozessen unterzie-

hen. Wie Prof. Keuschnigg in seiner Studie „Innovationsland Österreich“ ausführt, haben Innovationen einen wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung und die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Unterneh-

men. F&E-intensive Unternehmen wachsen schneller, schaffen mehr Arbeitsplätze und sind krisenrobuster. Sie stärken das Wachstum und stabilisieren die Konjunktur.

Situation der Finanzierung des österreichischen Mittelstands

Historisch wurden in der Aufbauzeit nach dem 2. Weltkrieg dem KMU/Mittelstand Finanzierungen von den Geschäftsbanken (sog. „Hausbanken“) und staatlichen Förderstellen (ERP, etc.) Garantien zur Verfügung gestellt. Die Hausbanken vergaben Kredite oft zu nicht risikoadäquaten Konditionen. Dabei hatten viele Firmen mangelnde Eigenkapitaldeckung und die Banken akzeptierten de facto Eigenkapitalrisiken. Heute müssen die Banken auf Basis internationaler Regulierungen wesentlich

restriktiver agieren und von ihren Kunden höhere Eigenkapitalquoten verlangen. Dies trifft vor allem bei der Wachstumsfinanzierung zu und wird bei hohem Investitionsbedarf zu finanziellen Engpässen führen.

Als Konsequenz müssen sich der KMU/Mittelstands-EigentümerInnen neu orientieren und für Wachstum und Innovation alternative Finanzierungsquellen anzapfen. In weiterer Folge bedeutet das, dass die Beziehung zwischen Kapitalgebern, die mit Eigenkapital finanzieren und für ihr

Risiko Anteile erhalten wollen, und den Unternehmen bzw. deren EigentümerInnen zu einer echten Partnerschaft werden muss. Der Investor wird zum Miteigentümer und bringt Expertise und Industrie-Knowhow ein. Entsprechend werden die Eigentümerrechte zum Vorteil des Unternehmens neu geordnet und die Interessen gleichgeschaltet. Das ist zugegebenermaßen kein leichter Prozess für mittelständische Unternehmer.

Aufgaben und Funktionsweise des privaten (vorbörslichen) Kapitalmarktes

Bei der Entwicklung von innovativen, wachstumsorientierten KMUs und Mittelstandsfirmen können Wachstumskapitalgeber unterstützen, von denen es zwei Kategorien gibt: Private Equity (PE), bzw. Venture Capital (VC) Fonds. Diese übernehmen als unternehmerische Miteigentümer Selektions-, Finanzierungs-, Risikostragungs- und Mehrwertfunktionen:

- Selektionsfunktion: Anhand ihrer spezialisierten Erfahrungen und Expertise unterziehen sie Investitionskandidaten eingehenden Überprüfungen im Rahmen eines Auswahl- und „Due Diligence“-Prozesses, bevor sie eine informierte In-

vestitionsentscheidung als Miteigentümer und Mitunternehmer treffen.

- Finanzierungsfunktion: Investiert wird Eigenkapital, das zur Gänze im Risiko steht, aber an den Chancen (Gewinnen) des Unternehmenserfolgs partizipiert. Es ist mit ausgedehnten Informations- und Einflussmöglichkeiten ausgestattet, um Disziplin bei der Verfolgung der Unternehmensziele sicherzustellen.

- Mehrwertfunktion: Um die geplante Ertragsrate des Investitionsprojekts zu optimieren, unterstützen Wagniskapitalgeber ihre Portfolio-Unternehmen aktiv in ihrer wirtschaftlichen

Entwicklung (z.B. Technologieführerschaft) durch Beratungs-, Informations- und Vermittlungsbeiträge (Strategie, Kontrolle, Personalwesen). Darüber hinaus haben sie auch positive Signalwirkung für andere Beteiligte (Co-Investoren, Fremdkapitalgeber, Lieferanten, Kunden). Mit der Zufuhr von Eigenkapital sinkt für Kreditgeber das Finanzierungsrisiko bzw. können sie zusätzliche Fremdmittel zur Verfügung stellen. Für Lieferanten und Kunden steigt mit adäquaten Eigenkapitalquoten das Vertrauen in die Produkte und Leistungen der innovativen Start-ups, KMUs und Mittelstandsfirmen. ▶



Finanzierungsphasen



Wagniskapitalgeber übernehmen, je nach Lebenszyklus eines Unternehmens, verschiedene Finanzierungsaufgaben. In der Anschluss- und Expansionsphase fördern und finanzieren die Fondsgesellschaften die global wettbewerbsfähige Entwicklung von innovativen, wachstumsstarken Start-ups und KMUs/ Mittelstand. Zunehmend suchen Unternehmen Finanzpartner, mit denen sie die Nachfolgefrage lösen können. Um volkswirtschaftlich wertvolle Effekte zu erzielen, müssen strukturelle Voraussetzungen für die Stakeholder-Gruppen im Innovations- und Finanzierungsprozess geschaffen werden:

- Schaffung von gesetzlichen und steuerrechtlichen Rahmenbedingun-

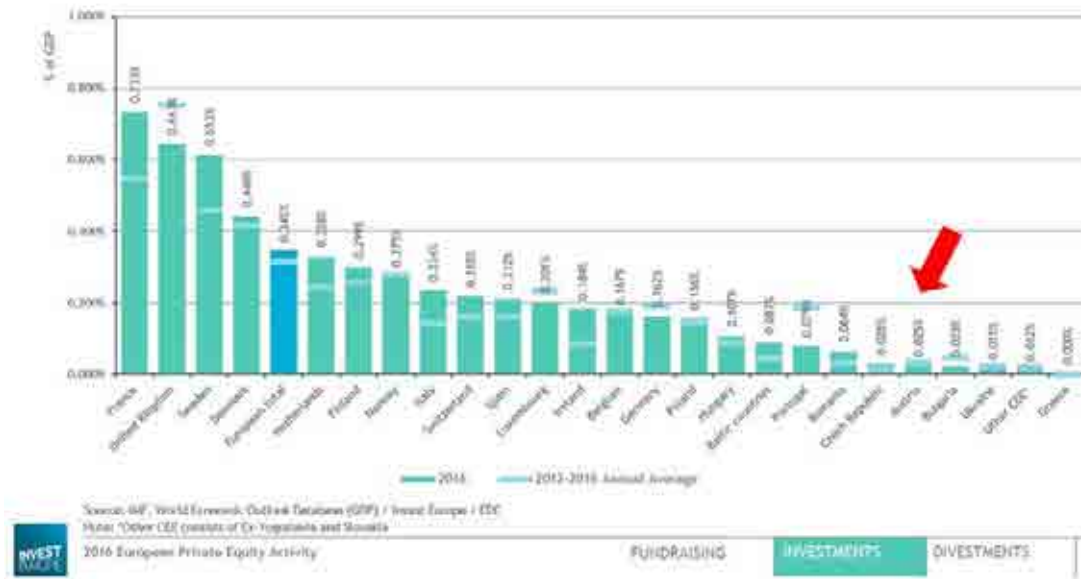
gen und Rechtssicherheit zur verbesserten institutionellen Ausgestaltung des österreichischen Finanzmarktes und der Attraktivität des Standorts für Wagniskapitalgeber.

- Angleichung aller Rahmenbedingungen an den internationalen Standard.
- Die notwendigen Finanzierungsmittel müssen von finanzkräftigen institutionellen Investoren eingeworben und in Wagniskapitalfonds gebündelt werden, bevor sie in erfolgsversprechende Beteiligungsprojekte investiert werden können.
- Wagniskapitalgeber müssen am Standort exzellent ausgebildete, erfahrene und hochmotivierte Professionals vorfinden oder sie an den Standort holen, in dem sie kompeti-

tive Remunerations-Pakete anbieten.

- Unternehmen müssen die Voraussetzungen für Wagniskapital erfüllen und die Regeln der partnerschaftlichen Strukturen und Entscheidungsprozesse, und die Notwendigkeit von ehrgeizigen Wachstumsprojekten akzeptieren.

Was die Zuführung von institutionellem Venture Capital und Private Equity anbelangt, ist Österreich im internationalen Vergleich 2016 zum Schlusslicht abgestiegen. Das nachfolgende Schaubild (VC/PE Investments in Europa in % des BIP) zeigt, dass sich Österreich auf dem gleichen Niveau wie Bulgarien und die Ukraine befindet.



Mit dem Mangel an Kapital ist auch die Präsenz und Tätigkeit der PE/VC-Fonds im Land stark zurückgegangen. Es fehlt an Anschluss- und Wachstumskapital für Start-up- und Expansions-Projekte. Dadurch be-

steht u.a. das erhebliche Risiko, dass erfolgreiche Start-ups und KMUs ohne lokale Anschlussfinanzierung ins Ausland abwandern, um ihre ehrgeizigen Wachstumspläne umzusetzen. Aber auch der Mittelstand

bzw. die österreichische Wirtschaft insgesamt bräuchte dringend positive Effekte durch den Zufluss von Eigenkapital, welches durch eine professionell organisierte PE/VC-Industrie investiert und gesteuert wird.

Zieldefinition für den Standort Österreich

Was muss passieren, damit österreichische Firmen für Investitionstätigkeiten, Forschung und Innovation - und damit Beschäftigungswachstum - adäquat mit Eigenkapital aus Österreich heraus finanziert werden können? Die AVCO hat eine Vision für 2020: Österreich ist als international wettbewerbsfähiger, vorbörslicher Kapitalmarkt und Finanzplatz glaubwürdig und anerkannt, um unternehmerisches Wachstum zur Absicherung und zum Ausbau unseres Wohlstandes sicherzustellen. Erfolgreiche Firmen im Frühphasenbereich, aber auch schnellwachsende KMUs, benötigen neben öffentlichen Fördergeldern und privaten Investments durch Business Angels Anschluss- und Wachstumsfinanzierungen in einem

Ausmaß, das die Möglichkeiten des österreichischen Marktes übersteigt. Ziel muss es sein, dass diese Unternehmen in Österreich bleiben und die Entscheidungen über ihre Zukunft am Standort getroffen werden. Die Politik ist aufgefordert, durch konkrete legislative Maßnahmen - wie z.B. eine Fondsstruktur nach international anerkannten Standards - den Standort Wien als Finanzplatz im Bereich der privaten Innovations- und Wachstumsfinanzierung und als attraktiven Hub zu positionieren. Wir müssen proaktiv die Chancen des Wandels ergreifen, um mit Incentives zur Ansiedelung privates Beteili-

gungskapital nach Österreich zu holen: Als Fonds, deren Management Teams oder auch direkt Start-up-Firmen. Durch eine aus Österreich heraus aktive Wachstumskapital-Industrie würden Fonds nicht nur heimischen, sondern auch EU-weit Unternehmen Zugang zu dringend benötigter (Anschluss-) Finanzierung ermöglichen. Dies hätte eine konjunkturbelebende Wirkung durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Generierung von Steuereinnahmen durch in Österreich ansässige und expandierende Unternehmen zur Folge. 🌐

Steuer-Know-Wow!

Steuerberatung Wirtschaftsprüfung Unternehmensberatung www.tpa-group.at



Dr. Johannes Linhart – Geschäftsführer MITTELSTANDS-ALLIANZ

WIRTSCHAFT, DAS SIND WIR ALLE!

WAS DAS FÜR DEN EIGENKAPITALAUFBAU BEDEUTET UND WIE DAS FUNKTIONIERT

Wir sind also bei unserer Pensionsvorsorge zunehmend auf uns selbst gestellt. Doch wer ist sich dessen bewusst? Wer denkt schon daran, sich sein Eigenkapital für den eigenen Lebensabend anzusparen? Und wie soll man es denn angehen – ist ja alles so kompliziert und teuer...

Eigenkapital = Zukunftsvorsorge

In der Zukunftsvorsorge verlassen sich Herr und Frau Österreicher auf unser staatliches Pensionssystem. Diese sogenannte 1. Säule der Zukunftsvorsorge hat aber hierzulande den Wandel unserer Gesellschaft vollkommen verschlafen. Gestiegene Lebenserwartung und Geburtenrückgänge führen jährlich zu massiv

steigenden Pensionsansprüchen bei schwindenden Beitragszahlern. Das System harret einer echten Pensionsreform. In der derzeitigen Form sind die Renten in Österreich durch den Staat de facto nicht mehr finanzierbar und die jährlich steigenden Budgetspritzen enteignen unsere Kinder und Kindeskiner. Auch Betriebs-

renten, die sogenannte 2. Säule der Zukunftsvorsorge, führen in Österreich mangels angemessenen Regelwerks und staatlicher (steuerlicher) Unterstützung ein beschämendes Schattendasein: Nur knapp 4 % der Österreicher werden sich für einen würdigen Lebensabend auf sie verlassen können.



Eigenkapital = Chancengerechtigkeit

Im Arbeitsleben verlässt sich die Mehrheit der Österreicherinnen und Österreicher auf eine vom Staat vorgaukelte Sicherheit. Ein Konvolut von Sozial- und Arbeitsrechten soll den Menschen ihre Existenzängste nehmen und sie im Namen einer „sozialen Gerechtigkeit“ durch ihr Leben versorgen. Tatsächlich aber kostet diese umfassende staatliche

Obsorge in Österreich schon so viel, dass der Staat seine Bürger mit erdrückenden Steuern und Gebühren (Österreichs Steuerquote liegt unter den OECD-Ländern nach Belgien an 2. Stelle) praktisch entmündigt. So bleibt den Damen und Herren Österreicher von ihren Löhnen gerade mal genug zum Leben und sich dem Konsumismus hinzugeben. Was darüber

hinaus geht, scheint unerwünscht und ist auch gar nicht möglich, denn dazu bräuchte man neben Kreativität und Initiative auch Startkapital. So aber befindet sich die Masse der Österreicher in einer Armutsfalle – von Chancengerechtigkeit keine Spur! Doch wo soll das Kapital herkommen? Wie soll man es denn angehen – ist ja alles so kompliziert und teuer...

Was bisher falsch gelaufen ist

Historisch gesehen ist das langfristige Investment in Unternehmensanteile eine lukrative Sache. Aktienfonds sind dabei der günstigste Weg an der unternehmerischen Wertschöpfung mitzuverdienen. Trotzdem steht die Gesellschaft diesen Aktienfonds mehr als skeptisch gegenüber was auch daran liegt, dass in der

Vergangenheit zu hohe Gebühren verrechnet worden sind. Das trifft insbesondere für jene Anleger zu, die nur einen geringen absoluten Betrag veranlagen können. So konnten die Unternehmensgewinne nicht bei den Menschen ankommen. Betrügereien in der Branche haben den Ruf weiter ruiniert und das Mißtrauen wei-

ter steigen lasse was der Anlageform nicht gerecht wird. Daher braucht es neue Modelle, die innovative Möglichkeiten bieten, diesen Herausforderungen zu begegnen. Auf ein Beispiel sind wir kürzlich gestoßen, das dafür beispielhaft ist.

Best-Practice: OWN AUSTRIA – Ein Beteiligungsmodell für alle ÖsterreicherInnen

Unternehmen schaffen in Österreich täglich Wert. Jetzt können sich alle ÖsterreicherInnen an ihren Erfolgen beteiligen. Diese neue Form des Eigenkapitalaufbaus heißt „Own Austria“. Die Basis ist ein neu gedachter Länderaktienfonds, über den man einfach, regelmäßig und zu vergleichsweise geringen Gebühren Anteile an den 250 für Österreich wichtigsten, handelbaren Unternehmen erwirbt. Durch ihn sollen die Österreicher zu Miteigentümern werden. Gelingt das, könnte sich hierzulande vieles verändern. Zum Vorteil der ÖsterreicherInnen, der Unternehmen und ihrer MitarbeiterInnen.

Die Ausgestaltung von Own Austria folgt der Maxime von US-Börsenstar Warren Buffett, der in seinem Aktionärsbrief aus dem Jahr 2014 einen klaren Punkt macht: langfristig ist die Veranlagung in einen breit gestreuten Aktienfonds zu geringen Kosten und in regelmäßigen,

kleinen Schritten – sicherer als die Veranlagung in währungsgebundene Anlageklassen. Während Buffett regelmäßige Investments in den amerikanischen S&P 500 vorschlägt, hat das Wiener Unternehmen eine Alternative entwickelt – maßgeschneidert für österreichische Anleger: den Own Austria Standortfonds, der von der Wiener Wertpapierfirma EB Portfoliomanagement verwaltet wird.

Fonds sind – entgegen der allgemeinen Meinung – nicht schwer zu verstehen. Laut Own Austria Gründer Thomas Niss „...ist der Fonds doch nichts Anderes als eine Hülle, in der Unternehmensanteile stecken. Anteile an Unternehmen, die das herstellen, was wir im Alltag brauchen und

immer brauchen werden. Dadurch verdienen sie Geld. Und als Miteigentümer des Fonds verdient man mit.“ Ist dieser Zusammenhang erst einmal hergestellt, dann liegt auch der nächste Schluss nicht weit: wer am Erfolg seiner Arbeit mitverdienen kann, wirft sich mehr ins Zeug. Dieses Wissen ist in der Wirtschaft längst bekannt. Und es wird angewandt: MitarbeiterInnenbeteiligungsprogramme florieren. Offenkundig wird das am Beispiel voestalpine. Über eine Stiftung gehören rund 15 Prozent des Technologiekonzerns den eigenen MitarbeiterInnen. Hier staunt nicht schlecht, wer die Stahlarbeiter am Kontinentisch von Dividenden sprechen hört. Ein schöner Beweis für ein produktives Umdenken. ▶

Mit Blick über den Zahlenrand.



Vertrauen durch Nahebezug – in beide Richtungen!

Zielgruppe sind all jene Personen, die zuvor noch nie ein Kapitalanlageprodukt hatten – und das sind in Österreich sehr viele, wo Kapitalaufbau durch Beteiligung nicht im Volksbewusstsein verankert ist, sondern lange Zeit nur einer privilegierten Schicht vermögender Personen zugänglich war. Aber das hat sich geändert und mittlerweile hat sich herumgesprochen, dass der Bausparvertrag nicht der Weisheit letzter Schluss für Vermögensaufbau ist. Dafür braucht es aber eine einfache Sprache, die Berührungspunkte nehmen und Verständnis schaffen soll. Das Credo lautet bei Own Austria daher: nur wer die wirtschaftlichen Zusammenhänge versteht, kann langfristig zu seiner Veranlagung stehen. Auch auf klassische Anlegerhürden wie Einstiegsbarrieren, Mindesteinlagebeträge usw. wurde verzichtet. Stattdessen gibt's online für eine Flatrate von jährlich 0,75 Prozent ein Depot und über

den Fonds Anteile an jenen 250 Unternehmen, die für Österreich nach Absatz- und MitarbeiterInnenzahl am wichtigsten sind. Aufgrund der Einbeziehung dieser beiden Faktoren verwundert es auch nicht, dass neben voestalpine, Post, UNIQA und Co. auch internationale Schwergewichte wie Apple, Siemens oder Volkswagen im Fonds vertreten sind. Die Folge: ein gut gestreutes, internationales Portfolio mit Österreichfokus. Own Austria hat auch Dr. Wilhem Rasinger, den Präsidenten des unabhängigen Interessenverbands für Anleger, überzeugt. Neben der guten Diversifizierung streicht er auch den barrierefreien Ein- und Ausstieg aus dem Fonds heraus. Zum sinnvollen Produkt für österreichische Kleinanleger lässt den Fonds aber insbesondere der Nahebezug werden, der zwischen Unternehmen und Kleinanleger geschaffen wird. Gemeint ist die Own Austria App, über die Anleger

ständig am Laufenden gehalten werden, was „ihre Unternehmen“ denn gerade beschäftigt. Dieser Nahebezug soll vor allem Vertrauen schaffen. Ein wichtiger Faktor, wenn es darum geht, dass Anleger auch in ungünstigeren Perioden zu ihrer Veranlagung stehen.

Die Mitarbeiterbeteiligung ist für börsennotierte Unternehmen in vielerlei Hinsicht sinnvoll. Und das nicht nur, um sich vor feindlichen Übernahmen zu schützen und Mitarbeiter zusätzlich zu motivieren. Aus Arbeitnehmersicht bringt sie allerdings auch ein oft übersehenes Risiko mit sich: mangelnde Diversifikation. Wenn nämlich das beschäftigende Unternehmen kriselt, kann es für den Mitarbeiter zum Doppelschlag kommen. Den Verlust des Arbeitsplatzes bei gleichzeitigem Verlust des investierten Vermögens.





Heilsbringer „Fonds“?

Nicht nur für die rund 300.000 heimischen Mitarbeiter, die in den 250 börsennotierten Own Austria-Unternehmen beschäftigt sind, bieten solche innovativen Lösungen Vorteile, sondern auch für jene 2 Millionen Österreicher, die für deren Zulieferbetrieben in den KMUs arbeiten. Für viele von ihnen wird so eine attraktive und einfache Möglichkeit geboten, indirekt an der eigenen

wirtschaftlichen Leistung zu profitieren. Das ist wichtig, wenn der gesellschaftliche Zusammenhalt gestärkt werden soll. Schließlich lässt sich ein Auseinanderdriften der Vermögen beobachten, was gerade volkswirtschaftlich problematisch ist. Denn die Ungleichverteilung sorgt für gesellschaftliche Spannungsfelder, die das Wirtschaftswachstum bremsen und letztlich den Sozialstaat gefähr-

den können. Fonds wie Own Austria sollen hier dagegenwirken, indem er auch Einkommensschwächere am unternehmerischen Erfolg mitverdienen lässt. So kann sich auch Otto Normalverdiener ein zweites Standbein neben seiner eigenen Arbeitskraft aufbauen und für seinen Lebensabend vorsorgen.

Über OWN AUSTRIA und den Gründer

MMag. Thomas Niss, MBA (Stanford) ist Gründer der Coown Technologies GmbH, die unter www.ownaustria.at eine für Österreicher gemachte, digitale Anlagendienstleistung ab einem monatliche Betrag von 30 Euro anbietet. Er möchte alle Österreicher zu Eigentümern

machen, damit diese, neben ihrer Arbeit, ein zweites Standbein aufbauen. Ein Standbein, das auch dann noch Geld verdient, wenn die Produktion weitestgehend ohne das Zutun von Menschen erfolgen wird.

www.ownaustria.at



Aktien als Demokratisierung des Kapitals

Börsennotierte Aktien sind die Demokratisierung des Kapitals. Fondsteilhaber werden wirtschaftliche Miteigentümern an zahlreichen Unternehmen und profitieren so an deren Wertschöpfung, unabhängig davon wo und durch wen diese ent-

steht - ein überaus bedeutsamer Zusammenhang in Zeiten immer weiter zunehmender Automatisierung und Ortsungebundenheit. Wir sehen in Own Austria eine große Chance für unsere Gesellschaft, eine Chance ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen

näher zusammenzubringen, eine Chance den gesellschaftlichen Wandel abzufedern und damit die österreichische Gesellschaft und Volkswirtschaft langfristig zu stärken. 🌐

Dr. Johannes Linhart,

ist gebürtiger Vorarlberger und kann auf eine internationale Banken-Karriere zurückblicken, die ihn bis nach New York führte, wo er für die UBS tätig war. Aktuell ist er Aufsichtsratsmitglied der Volksbank Wien und Experte für Kapitalmarkt und Finanz. Seit 2016 engagiert er sich auch als Geschäftsführer der KLIMA-ALLIANZ und der neu etablierten MITTELSTANDS-ALLIANZ im Rahmen des SENAT DER WIRTSCHAFT.





Eva Komarek - General Editor for Styria Trend Topics, Styria Media Group

FINANZIERUNG NEU GEDACHT

DIE PLATTFORM „MITTELSTANDSKAPITAL“ ALS KONKRETE FINANZIERUNGSHILFE FÜR KMUS

Wenn es um die österreichische Wirtschaft geht, dann stehen meist die großen Konzerne im Rampenlicht. Darüber vergessen wir gerne, dass das echte Rückgrat der österreichischen Wirtschaft kleine und mittlere Betriebe sind. Rund 80 Prozent der heimischen Unternehmen fallen in den Bereich KMU und geben 70 Prozent der Bevölkerung Arbeit. Diese Unternehmen sind es auch, die ländlichen Regionen wirtschaftliche Stabilität geben. Doch das Umfeld, in dem der Mittelstand agiert, wird immer herausfordernder. Regulatorische Hürden, hohe Steuern und Abgaben und ein sich zunehmend verschärfender internationaler Wettbewerb setzen KMU unter Druck. Der Styria Media Group mit ihren regionalen wie überregionalen Medien ist der Mittelstand ein großes Anliegen. Deshalb hat sich das Verlagshaus entschieden nicht nur über den Mittelstand zu berichten oder die besten Unternehmen zu küren, sondern konkrete Hilfestellung anzubieten.

Zu den wohl größten Herausforderungen des Mittelstands gehört die Finanzierung. Traditionell haben sich Unternehmen, wenn sie eine Finanzierung benötigten, an ihre Hausbank gewandt. Mit der Finanzkrise und der Verschärfung der Regulierung als Folge können die Banken Kredite nicht mehr so leicht wie früher vergeben. Die großen Verlierer der veränderten Marktbedingungen sind kleine und mittlere Unternehmen. Große Unternehmen können sich

leichter Geld auf dem Kapitalmarkt besorgen, für KMU müssen alternative Finanzierungsformen geschaffen und gefördert werden. So ist es in anderen Ländern beispielsweise Usus, dass institutionelle Investoren, wie Versicherungen oder Pensionskassen, Direct Lending betreiben. In Österreich steckt das noch in den Kinderschuhen. Erschwerend kommt hinzu, dass kleine und mittelständische Unternehmen meist keinen eigenen Finanzexperten im Haus

haben und somit die Möglichkeiten gar nicht kennen.

Sich dieser Situation bewusst, hat die Styria Media Group entschieden, mit der unabhängigen Finanzierungsplattform „Mittelstandskapital“ in Kooperation zu gehen. Die Zeitungen „Die Presse“ und die „Kleine Zeitung“ thematisieren die Probleme der Mittelstandsfinanzierung und unterstützen die digitale Plattform.



Warum diese neue Finanzierungsplattform gebraucht wird

„Gerade wenn es um das Wachstum geht, kann die Hausbank oft nicht mithalten, weil die Sicherheiten nicht mitwachsen“, sagt Michael Hantinger, Geschäftsführer von Mittelstandskapital. Mit dem Wachstum bedarf es mehr Betriebsmittel oder neuer Investitionen, beispielsweise in Maschinen. Auch die Expansion in neue Märkte ist heute nur über eine Bankfinanzierung schwer darstellbar. Dafür gibt es auf dem Markt zahlreiche Finanzierungslösungen, die Mittelstandskapital kennt. Und dabei geht es nicht darum, einen Investor ins Haus zu holen, der sich an dem Unternehmen beteiligt. „Es geht darum, den bestmöglichen Finanzierungsmix zu finden und das möglichst unkompliziert“, so Hantinger. Es gebe eine große Palette an

Geldgebern, die für die Bedürfnisse genau die richtige Lösung böten. „So ist Factoring nicht gleich Factoring. Auf dem europäischen Markt gibt es Anbieter mit unterschiedlicher Spezialisierung. Wir können mit Mittelstandskapital für den richtigen Bedarf, den richtigen Experten vermitteln“, so der Geschäftsführer. Auf dem europäischen Markt gebe es sogar eigene Einkaufsfinanzierer, die es in Österreich nicht gibt. Egal ob Expansion, rasches Wachstum oder Finanzierungsbedarf aufgrund wirtschaftlicher Schwankungen im Unternehmen, vom Mezzaninkapital über Schuldverschreibungen bis zum Direct Lending: Mittelstandskapital findet in einem einfachen, standardisierten Prozess die richtige Finanzierung. Dafür genügen die üblichen


Unterlagen, die jedes Unternehmen für die Steuererklärung benötigt. Neben der Kooperation mit der Finanzierungsplattform veranstaltet die Styria Media Group mit der Tageszeitung „Die Presse“ heuer erstmals am 18. Oktober am Petersplatz 7 eine Tagung für den Mittelstand. Unter dem Titel „Mittelstand im Mittelpunkt“ werden einen Tag lang wichtige Themen, wie Finanzierung, Bonität, Expansion in neue Märkte, M&A und die Digitalisierung von Experten behandelt und praxisbezogen in Vorträgen, Diskussionen und Workshops vermittelt. Am Abend gibt es die Möglichkeit beim Netzwerken den Tag ausklingen zu lassen. Der Eintritt ist frei. ▶



Schulterschlüsse sind notwendig!

Schulterschlüsse sind notwendig! Der SENAT DER WIRTSCHAFT als unabhängige Interessenvertretung der österreichischen Wirtschaft kennt die Bedürfnisse der Unternehmen genau und hat daher die MITTELSTANDS-ALLIANZ ins Leben gerufen. Hans Harrer, Vorstandsvorsitzender des SENAT, führt im Hinblick auf die Aktivitäten der Styria Media Group aus: „Wir haben

die MITTELSTANDS-ALLIANZ nicht als Konkurrenz zu anderen Initiativen gegründet, sondern sehen sie als eine Einladung für alle, die für den Mittelstand ganz aktiv etwas tun wollen. Daher freuen wir uns, die Aktivitäten der Styria Media Group aktiv zu unterstützen - sowohl was die Finanzierungsplattform, als auch beim Kongress betrifft. Der Mittelstand braucht einen Schulterschluss aller,

die für ihn tätig sind und Lösungen entwickeln, statt nur über Probleme zu lamentieren!“ Abschließend stellt er fest: „Ganz wesentlich ist dabei die öffentliche Wahrnehmung des Mittelstands. Mit Medien, wie den Tageszeitungen ‚Die Presse‘ und ‚Kleine Zeitung‘, erhält der Mittelstand die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit, die er dringend braucht!“ 



FINANZIERUNGSPLATTFORM:

Mehr Informationen finden Sie unter
www.mi@elstandskapital.at

KONGRESS „MITTELSTAND IM MITTELPUNKT“

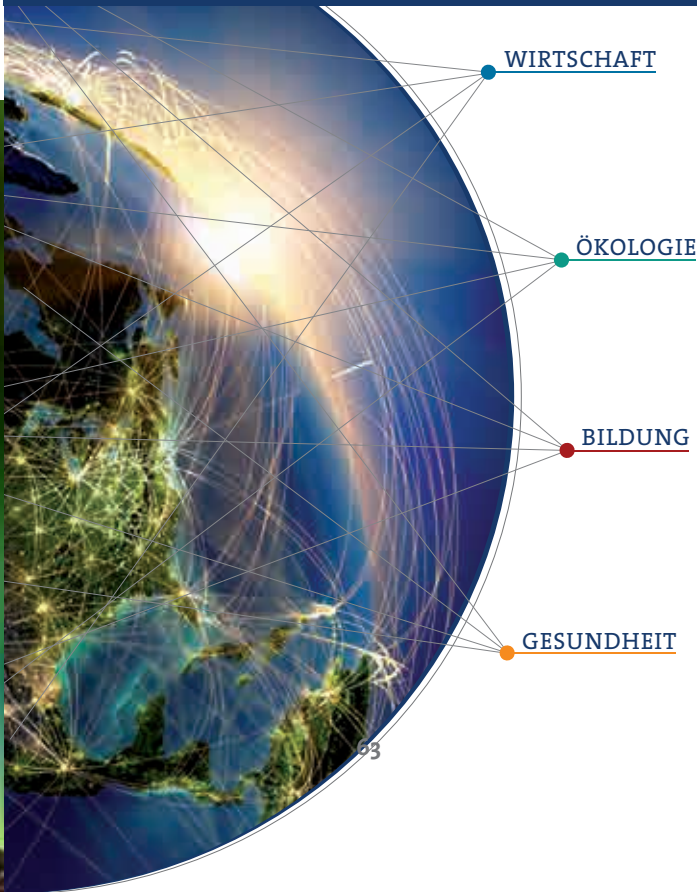
18. Oktober 2017, von 9.00 bis 17.00 Uhr
Petersplatz 7, 1010 Wien
Mehr Informationen und Anmeldung zur kostenlosen Teilnahme:
diepresse.com/mittelstand

Eva Komarek

begann kurz nach der Gründung des Wirtschaftsblatts als Finanzredakteurin der Zeitung, leitete ab 2000 das Korrespondentenbüro für Dow Jones und das Wall Street Journal, wechselte später als Senior Correspondent zu Reuters und kehrte 2011 zum Wirtschaftsblatt zurück, wo sie 2013 die Chefredaktion übernahm. Nach der Schließung 2016 wechselte sie als General Editor for Styria Trend Topics in die Holding der Styria Media Group.



JETZT ENTSTEHT EINE ZUKUNFTSFÄHIGE GESELLSCHAFT UND WIRTSCHAFT!



JETZT AKTIV MITGESTALTEN!

Im SENAT DER WIRTSCHAFT verbinden sich GründerInnen, EigentümerInnen und EntscheiderInnen, um gemeinsam eine Ökosoziale Marktwirtschaft, die dem Gemeinwohl dient, zu etablieren.

Gestalten Sie jetzt im Rahmen dieser vollkommen überparteilichen Wirtschaftsorganisation aktiv mit! Sein Sie dabei, denn jetzt entsteht eine zukunftsfähige Gesellschaft und Wirtschaft.

Um zu erfahren, wie Sie der SENAT DER WIRTSCHAFT mit seinen über 540 Mitgliedsunternehmen dabei aktiv unterstützt, wenden Sie sich an uns, um ein persönliches Gespräch zu vereinbaren!

+43-1-505 35 48-0 oder office@senat-oesterreich.at.



300 Jahre **FREIMAUERER** *Das wahre Geheimnis*

23.6.2017–7.1.2018

Di – So 10–18 Uhr, Do 10–21 Uhr
Juni–September: täglich 10–18 Uhr, Do 10–21 Uhr

Prunksaal der Österreichischen Nationalbibliothek
Josefsplatz 1, 1010 Wien | www.onb.ac.at



Österreichische
Nationalbibliothek

GEMEINSAM JOBS SCHAFFEN!

Daher: LOHNNEBENKOSTEN
SENKEN!



Eine Botschaft von
Mag. Martin HOTTER
Partner & Partner Wirtschaftsprüfung GmbH

JETZT
BOTSCHAFTER/IN
WERDEN!
www.mittelstandsallianz.at

An DIE POLITIK

ALLE PARTEIEN

DIE REGIERUNG

SELBSTBESTIMMT STATT FREMDBESTIMMT



MITTELSTANDS
ALLIANZ

Jochen Ressel – Geschäftsführer-Operations, SENAT DER WIRTSCHAFT

DIE GRÖSSTE KAMPAGNE DES JAHRES FÜR DEN MITTELSTAND!

UNÜBERSEHBAR STARTETE DIE NEUE SENATS-INITIATIVE

Nach der Präsentation der neuen Initiative MITTELSTANDS-ALLIANZ durch den SENAT DER WIRTSCHAFT Anfang Juli, wurde die größte österreichweite Kampagne des Jahres für den Mittelstand gelauncht: Auf über 1.100 Plakatstellen im ganzen Land, sowie durch Inserate, Promotion- und Social-Media-Aktivitäten werden wirtschaftsrelevante Botschaften an die Politik kommuniziert.

„Als parteipolitisch vollkommen unabhängige Wirtschaftsorganisation ist es unsere Verantwortung, jetzt auf die künftigen Regierungsprogramme Einfluss zu nehmen.“, erklärt Hans Harrer, der als SENATs-Vorstandsvorsitzender die MITTELSTANDS-ALLIANZ initiiert hat. Er ergänzt: „Es kann nicht so bleiben, dass das Rückgrat der österreichischen Wirtschaft, der Mittelstand,

immer stärker unter Druck gerät – durch Regularien, Bürokratie, Steuerlast, Kreditklemme und vieles mehr. Der SENAT hat die Freiheit, klare Botschaften abzusetzen. Das tun wir mit der größten Kampagne des Jahres für den Mittelstand in Österreich.“ Unterstützt und gefördert von EPA-MEDIA wurden auf über 1.100 Plakatstellen drei Hauptbotschaften kommuniziert. „Es geht uns

in erster Linie um Arbeitszeitflexibilisierung, Bürokratieabbau und Lohnnebenkostensenkung. Auf 16-Bogen-Plakaten thematisierten Mittelstands-UnternehmerInnen diese Forderungen.“, sagt Dr. Johannes Linhart, Geschäftsführer der MITTELSTANDS-ALLIANZ. „Dabei geht es uns besonders um das Gemeinsame! Unternehmen wollen gemeinsam mit der Politik und ge-




MITTELSTANDS ALLIANZ

meinsam mit ihren MitarbeiterInnen bessere Rahmenbedingungen erwirken. Die Konfrontation der letzten Jahre verhinderte die Verbesserung des Arbeitsumfelds für die Wirtschaft. Damit muss jetzt Schluss sein! Das Land braucht einen Schulter-schluss zum Wohle der ArbeitnehmerInnen und ArbeitgeberInnen gleichermaßen!“

Mit Anzeigen in diversen Wirtschaftsmedien sowie durch umfassende Promotion- und Social-Media-Aktivitäten wird eine möglichst umfassende Einbindung der Unternehmerschaft angestrebt. UnternehmerInnen werden motiviert, als BotschafterInnen der MITTELSTANDS-ALLIANZ aktiv zu werden und ihre Botschaft an die Politik zu übermitteln. Das ist durch Postkarten möglich, auf denen sie ihre Anliegen formulieren können und die großflächig zur Verteilung gelangen, indem auf Social-Media-Kanälen aufgefordert wird, Selfie-Videos zu senden Botschaften zu posten, oder diese auf www.mittelstands-allianz.at einzutragen. Gezielte Pressearbeit sowie

die elektronische Distribution von nahezu 20 MITTELSTANDS-ALLIANZ-Unternehmerstatements in Form von kompakten Videoclips auf YouTube, Facebook und auf der SENATs-Website im News-Bereich und in der Mediathek komplettieren die Kampagne. Abschließend hält Hans Harrer fest:

„Der Mittelstand muss sich selbst eine starke Stimme geben! Unsere MITTELSTANDS-ALLIANZ bietet dafür die optimale Plattform. Der SENAT DER WIRTSCHAFT wird nicht zulassen, dass der Mittelstand verschwindet, sondern zeigt auf, dass er für die Stabilität unseres Landes dringend gestärkt werden muss.“ 





Robert Frasch – Gründer, lehrlingspower.at

DIE STIMMEN VIELER VEREINEN

WIE INTERNE REGELUNGEN IN WAHRHEIT WIRKEN

Die österreichische Wirtschaft ist kleinteilig und in ihrer Struktur von kleinen und mittleren Betrieben mit starker Regionalität geprägt. Was im Konzert der multinationalen Konzerne und superhippen Start-Ups gerne übersehen wird, ist die Bedeutung dieses Mittelstands für unser Land. Denn nicht Großkonzerne sorgen für regionale Wertschöpfung und Arbeitsplätze, sondern die tausenden Gewerbebetriebe, Handwerker und Dienstleister. Es ist an der Zeit, deren Stimmen zu vereinen damit sie gehört werden.



Nicht nur in der Wirtschaft gibt es seit vielen Jahren eine Entwicklung, die mir Sorgen bereitet. Egal wohin man schaut geht es darum, wer den größten Umsatz macht, wer die meisten Profite und wer den tollsten Aktienkurs hat. Bei Start-Ups wird medial vor allem dann berichtet, wenn es einen spektakulären Exit zu vermelden gibt. Berichte über Unternehmen, die oft über Jahrzehnte ihre Region prägen, ein solider Arbeitgeber sind

und ihre Gewinne in der Region investieren, erscheinen bestenfalls in der Lokalpresse. Damit entsteht eine ähnlich verzerrte Wahrnehmung, wie schon seit vielen Jahren im Bereich der Ausbildung. Gebetsmühlenartig wird das Mantra der Akademisierung vor uns hergetragen, als hätte man damit das Allheilmittel gefunden. Was dabei übersehen wird ist, dass die eingangs erwähnten Klein- und Mittelbetriebe gar nicht so viel Bedarf an

Akademikern haben. Viel mehr hätten sie Bedarf an gut ausgebildeten Schulabgängern, die dann in einer Berufsausbildung das jeweilige Handwerk in der Praxis erlernen. Denn nur mit diesen Fachkräften kann der Mittelstand auch weiterhin seinen Beitrag zu unserer Gesamtwirtschaft erbringen, der mehr als beachtlich ist, sind doch in Summe rund 2 Millionen Arbeitsplätze diesem Sektor zuzurechnen.



Wer die Lehrlingsausbildung trägt

Rund 700.000 Unternehmerinnen und Unternehmer bilden die tragende Säule beim Erhalt der hohen Qualität der Arbeitskräfte in Österreich und sichern unseren Fachkräfte-Nachwuchs. Von ihnen werden

rund 62.000 Lehrlinge ausgebildet und für den Großteil dieser jungen Menschen ist das der Einstieg in ein lebenslang befriedigendes Berufsleben. Gar nicht wenige landen auf Basis einer Lehre in der Selbststän-

digkeit und tragen damit wieder zu hoher Wertschöpfung und Krisenbeständigkeit der regionalen Wirtschaft bei.

Womit Ausbildungsbetriebe zu Rande kommen müssen

Trotz dieser so wichtigen Rolle hat der Mittelstand viele Fronten rund um sich. Die Vielfalt an Vorschriften, Auflagen und Anforderungen thematisieren wir an anderer Stelle in dieser Ausgabe. Worum es mir in diesem Beitrag geht, sind die Herausforderungen die beim Ausbilden der zukünftigen FacharbeiterInnen auftreten, die nicht zuletzt für viele Betriebe auch deren Weiterbestand bedeuten. So mancher heutige Lehrling wird morgen vielleicht seinen Lehrbetrieb übernehmen und als NachfolgerIn im Sinne der GründerIn weiterführen. Gerade in Zeiten, in denen die Kinder der Gewerbetreibenden ange-

sichts der Herausforderungen, die sie bei ihren Eltern hautnah miterleben, nur wenig Interesse zeigen, denselben Weg einzuschlagen, ist dies von besonderer Bedeutung. Wir müssen es schaffen, gemeinsam Perspektiven für junge Menschen zu kreieren, um in unsere Betriebe zu kommen und auf einer soliden Basis aufzubauen. Das alles müsste auch im direkten und ureigensten Interesse der Kammern liegen. Denn nur der Fortbestand der kleinteiligen Strukturen gewährleistet, dass es in Zukunft überhaupt Mitglieder geben wird. Pflichtmitgliedschaft hin oder her: Ohne die Quantität an Unterneh-

men und ArbeitnehmerInnen gibt es keine Mitglieder. Oder glauben wir wirklich, dass die großen Konzerne freiwillig Mitglied in einer Kammer bleiben würden? Sie brauchen diese Institutionen gar nicht, denn sie haben auch so schon genug politischen Einfluss und brauchen diejenigen, die am Besten ausgebildet sind, vielleicht sogar mit akademischem Grad, und die dann bereit sind, aufgrund einer tollen Karriereversprechung um niedrige Löhne zu arbeiten. Die tolle Hochglanzbroschüre und der klingende Unternehmensname zählt mehr.

Die Frage der Demoskopie

Die demografische Entwicklung ist hinlänglich bekannt: Wir haben immer weniger junge Menschen. Dieser Umstand an sich wäre schon schwierig genug, gleichzeitig haben wir aber immer mehr - übrigens staatlich finanzierte - Bildungseinrichtungen. Die reichen von berufsbildenden Schulen, über Universitäten, bis hin zu überbetrieblichen Ausbildungen. Die AbsolventInnen der Schulen kommen immer öfter zur Erkenntnis, dass ihre theoretische Bildung

nicht automatisch mit einem Führungsjob honoriert wird. Darauf sind allerdings weder Eltern noch Jugendliche vorbereitet, hat man Ihnen doch erzählt, dass die höhere Bildung die Basis für hohe Gehälter ist. Die AbsolventInnen von überbetrieblichen Ausbildungen wiederum müssen feststellen, dass die Mängel des Schulsystems in dieser „Verlängerung“ 1:1 weitergehen. Die finanziellen Mittel, die seitens des Staates aufgewendet werden, stehen in kei-

nem Verhältnis zum Ergebnis, sind doch weit weniger als die Hälfte der Absolventen danach so ausgebildet, dass sie in der Wirtschaft Fuß fassen können. Warum man rund 650 Millionen EURO an Steuergeld in AMS Maßnahmen für Jugendliche, aber nur 170 Millionen in die Förderung von Ausbildungsbetrieben investiert, konnte mir auch Bundeskanzler Christian Kern nicht beantworten.



MITTELSTANDS ALLIANZ




Was daher jetzt zu tun ist – von UNS!

Der Mittelstand kann nicht warten, bis die Politik diese Zusammenhänge erkennt. Wir müssen gemeinsam dafür sorgen, dass die Menschen in unserem Land die Realität erfahren und den Wert von regionaler Wertschöpfung wieder erkennen. Geiz ist geil schafft zwar neue Arbeitsplätze, aber selten im Inland und so gut wie nie in der Region. Selbst wenn das passieren sollte, dann zeigen Diskussionen um Konzerne wie Amazon & Co, welche Art von Arbeitsplätzen geschaffen wird. Gemeinsam mit den österreichischen Gewerbetrei-

benden, Handwerksbetrieben und Dienstleistern starten wir daher eine Offensive rund um die Duale Berufsausbildung.

Im Rahmen der MITTELSTANDS-ALLIANZ werden wir gemeinsam mit dem Ausbildernetzwerk lehrlingspower.at und weiteren Partnern dafür sorgen, dass regionale Unternehmen wieder besseren Zugang zu potentiellen BewerberInnen erhalten. Mit Hilfe von regionalen Initiativen, wie dem Talentpool, einer elektronischen Vermittlungsbörse von Bewerbern, ebenso, wie mit

Maßnahmen zur Berufsorientierung oder gezielter Pressearbeit. Nicht zuletzt werden wir in den Regionen dem Mittelstand auch eine gemeinsame und starke Stimme geben, die von der regionalen Politik nicht überhört werden kann. Diese Entwicklung kann nur von der Basis kommen, denn von oben werden bislang nur die Interessen großer Investoren und bestens vernetzter Konzerne bedient. Wir sind die Mehrheit und wenn wir unsere Stimmen vereinen, kann uns niemand überhören! 

Robert Frasch

Frasch ist der Gründer und Mastermind von lehrlingspower.at. Er absolvierte die Lehre zum Speditionskaufmann. Ab 1996 war er als Direktor Sales und Marketing maßgeblich am Aufbau eines Logistikunternehmens in Österreich und Ungarn beteiligt. 2008 fungierte er als Verkaufsleiter von Dale Carnegie Training Österreich, ging dann in die Selbstständigkeit und gründete 2013 die Lehrlingsinitiative lehrlingspower.at, um Ausbildungsbetriebe optimal zu unterstützen und die Attraktivität der Lehre zu steigern. Der SENAT DER WIRTSCHAFT arbeitet mit lehrlingspower.at im Rahmen der MITTELSTANDS-ALLIANZ intensiv zusammen.



ABSEITS BEKANNTER TRAMPELPADE:

DEN BESTEN WEITBLICK GENIESSEN IM TIROLER BIO- UND PANORAMAHOTEL GRAFENAST

UNSERE USP'S

Bio & Genuss

Frisch, natürlich, nährstoffreich und zu 100% Bio

Ganzheitlich & Nachhaltig

Gewachsene Struktur, gastlicher Atmosphäre, umgeben von guter Musik, inspirierender Kunst und viel Freisinn. Mehrfach von Geo Saison unter die besten Ökohotels Europas gekürt

Natur & Freiheit

Das Schönste in Grafenast ist der atemberaubende Weitblick über das Inntal. Herrlicher Garten, Wandern, Biken... Schi und Wintersport alles ab Haustüre..

Angebote

Midweek Special - Gemütlich unter der Woche verreisen
Sonntag/Montag bis Donnerstag/Freitag
Sie buchen 5 oder 4 entspannte Tage und profitieren von einem Bonus-Rabatt von 15 % auf den Zimmerpreis.
Auf alle verfügbaren Zimmerkategorien anwendbar.



Biohotel Grafenast
Grafenast Hotel GmbH
Familie Waltraud und Mag. Peter
Unterlechner
Pillbergstraße 205
6136 Pillberg bei Schwaz/Tirol
Telefon: +43 (0)5242-63209
sehnst@grafenast.at
www.grafenast.at



Hannah Sturm – Project & Campaign-Manager, CONDA

PREMIERE FÜR AKTIEN-CROWD-INVESTING VON ÖKO-PROJEKTEN

BEST-PRACTICE-BEISPIEL VON CONDA UND OEKOSTROM AG ZEIGT DIE RELEVANZ VON ÖKO-PROJEKTEN FÜR INVESTOR/INNEN



Innerhalb von 48 Stunden wurden im April 2017 eine Million Euro in Unternehmensanteile investiert. Zu diesem bahnbrechenden Erfolg kam es durch die Kooperation von Österreichs Crowdfunding-Marktführer und SENATs-Mitglied CONDA und dem nachhaltigen Energieunternehmen oekostrom AG. Erstmals war es im deutschsprachigen Raum möglich eine Aktien-Emission auf einer Crowdfunding-Plattform anzubieten. Hier erfahren Sie, wie alternative Finanzierungen auch im Aktienbereich funktionieren.

Die oekostrom AG mit Sitz in Wien gab im Zuge einer Kapitalerhöhung neue Aktien aus. Um Euro 100,- je Stück konnten Interessierte Aktien erwerben und zu AktionärInnen des größten unabhängigen Energieversorgers Österreichs werden. Die oekostrom AG, Ökostrom-Pionier von

einst, ist heute ein Unternehmen mit 23 eigenen ökologischen Kraftwerken und hat sich zu einer bekannten und gut etablierten Marke entwickelt. CONDA unterstützte als Technologiedienstleister die oekostrom AG, damit sich neue InvestorInnen an einem stetig wachsenden heimischen

Unternehmen beteiligen können. Mit den Einnahmen will die oekostrom AG ihren Kraftwerkspark für erneuerbare Energie ausbauen, die Kundengewinnung weiter vorantreiben und die Kapitalstruktur stärken.





Dividenden statt Zinsen

Während die Investments bei „klassischen“ Crowdfunding-Projekten meist im Rahmen eines Nachrangdarlehens erfolgen und man neben Zinsen eine Beteiligung an der Unternehmenswertsteigerung erhält, wird man in diesem Fall AktionärIn der

oekostrom AG. Wer über das Aktien-Crowdfunding Unternehmensanteile des Unternehmens erwarb, ist ab dem Geschäftsjahr 2017 dividendenberechtigt, erhält das Stimmrecht in der oekostrom AG und kann nach Ablauf der Handelssperre ab 26. Juni

2017 über den oekostrom AG-Handelsplatz mit seinen Aktien handeln. Die oekostrom AG schreibt seit einigen Jahren solide Gewinne, seit dem Jahr 2015 schüttet sie Dividenden aus.

Crowdinvestoren tragen zu Wachstum bei

Die oekostrom AG hat sich in den vergangenen Jahren zu einem rasch wachsenden und wirtschaftlich erfolgreichen Player der österreichischen Energiewirtschaft entwickelt. Bis Ende 2019 will die oekostrom AG ihren Kundenstock von mehr als 50.000 auf 75.000 ausbauen und neue Projekte, wie aktuell eine weitere Windkraftanlage im burgenländischen Pama, verwirklichen.

Auf ihrem Wachstumspfad hat sie die Crowd fest eingeplant. Die oekostrom AG lädt InvestorInnen ein, sich nicht nur an der oekostrom AG als wirtschaftlich erfolgreichem Unternehmen zu beteiligen, sondern auch sich ihre Bewegung hin zu 100 % erneuerbarer Energie anzuschließen.

„Die oekostrom AG wurde 1999 als breite Bürgerbeteiligung gegrün-

det. Diesen Weg setzen wir nun mit Crowdfunding im Sinne einer Bürgerbeteiligung 2.0 konsequent fort. Aktien-Crowdfunding ist eine Möglichkeit, breitere Investorengruppen anzusprechen. Ein zukünftiger Schritt könnte dann auch der Börsehandel im Dritten Markt sein.“, so Lukas Stühlinger, Finanzvorstand der oekostrom AG.

Wiener Börse begrüßt Initiative

Mit dem Aktien-Crowdfunding macht CONDA als Technologiedienstleister nicht nur ein völlig neues Investmentangebot, sondern bringt der Crowd auch die Möglichkeit ein Stück näher, ihre Aktien später an der Börse handeln zu können. Auf diese Art öffentlichkeitswirksam zu sein ist eine gute Vorbereitung auf dem Weg an die Börse. Diese Entwicklung wird durchwegs positiv registriert: „Die Wiener Börse begrüßt diese neue

Finanzierungsalternative für den österreichischen Mittelstand. Das ist ein moderner Beitrag zur Stärkung der Eigenkapitalkultur in Österreich und schafft für ein Unternehmen wie die oekostrom AG gute Voraussetzungen im Hinblick auf den möglichen Aktienhandel im Dritten Markt“, sagt Henriette Lininger, Head of Issuers an der Wiener Börse.

Aktuell fehlt eine saubere gesetzliche

Regelung um neue heimische Aktien im Dritten Markt handeln zu dürfen. Ein Paradoxon, das mittelständische Unternehmen, wie auch den Kapitalstandort Österreich, gleichermaßen benachteiligen. Eine entsprechende Anpassung der Gesetzeslage wäre wünschenswert. Nicht zuletzt tragen CONDA und die oekostrom AG mit der Crowdfunding-Kampagne auch zur Absicherung des österreichischen Kapitalmarktes bei.






Crowdfunding für KMUs

Das innovative Projekt zeigt einmal mehr, dass Crowdfunding, einst eine reine Startup-Domäne, längst im Bereich der klein- und mittelständischen Unternehmen Fuß gefasst hat. Bereits die Crowdfunding-Re-

kordprojekte der Fußballklubs Rapid und Austria Wien haben gezeigt, dass diese Finanzierungsform nicht nur bei Startups, sondern auch bei etablierten Brands ausgezeichnet funktioniert. Dass die oekostrom AG bei ih-

rer Kapitalerhöhung ebenfalls darauf baut, macht deutlich, dass längst auch KMUs Crowdfunding als Erfolgsrezept erkannt haben. 

Hannah Sturm

Hannah Sturm ist Projektleiterin bei der CONDA AG, wo sie Wachstumsunternehmen bei der Planung, Umsetzung und Nachbereitung ihrer Crowdfunding-Kampagne berät.



PERMANENTES ENERGIEMONITORING UND ENERGIEMANAGEMENT



Um eine genaue, gesicherte Energieverbrauchsanalyse erstellen zu können, benötigt man möglichst genaues Datenmaterial. Die mit Abstand beste Datenqualität lässt sich durch den Einsatz des Energiemonitoringsystems „BLUAUL“ erzielen, in denen die Verbraucher permanent überwacht werden. Anhand der aus diesem System gewonnenen Monitoringdaten können Energiesparpotenziale sehr gut identifiziert werden. „BLUAUL“ eignet sich aber auch exzellent zur Erfolgs- und Nachhaltigkeitskontrolle von Energiesparmaßnahmen.

Jegliche Maßnahmen im Bereich Umwelt und Energie, ohne entsprechende Darstellung und Nachweis ist bestenfalls eine Makulatur. Deshalb ist ein professionelles und stabiles Monitoringsystem für jegliche Art von Verbrauch äußerst sinnvoll.

„Jeder eingesparte Euro im Bereich Energie ist ein direkter Gewinn“, so Harald Haberl, Geschäftsführer EUDT Energie- & Umweltdatentreuhand GmbH.

Informieren Sie sich jetzt!

EUDT Energie- u. Umweltdaten Treuhand GmbH
Palais Sterneck, Sterneckstraße 19
A-9020 Klagenfurt
Tel: +43-463-57101-0
www.eudt.at





Karl Kainzner – CEO, DINERS CLUB

ES LEBE DER REINE UNTERSCHIED!

WARUM AUCH EINE KREDITKARTE ÖKOLOGISCH SEIN MUSS.

Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Weltweit besteht inzwischen Einigkeit, dass der menschengemachte Klimawandel dringend begrenzt werden muss. Ein Gelingen der Emissionsminderung hängt aber nicht nur von der Politik, sondern auch ganz wesentlich vom freiwilligen und konsequenten Handeln der Wirtschaft in den Industrieländern ab. Denn wir alle müssen bereit sein Verantwortung für die Welt zu übernehmen.

Aus diesem Grund hat auch Diners Club seine Emissionen erfassen lassen, durch Maßnahmen zur Energieeffizienz reduziert und die verbleibenden Emissionen diese durch den Kauf von Klimaschutzzertifikaten kompensiert. Mit diesen Zertifikaten unterstützt Diners Club ein Windprojekt in Indien.

Warum wir das tun? Weil wir uns als national und international agierendes

Unternehmen der besonderen Verantwortung gegenüber kommenden Generationen bewusst sind. Weil wir einen wirksamen Beitrag zum weltweiten Klimaschutz leisten wollen und können. Und weil wir verstanden haben, was der Weltklimarat schlüssig darlegt: Die Vermeidung von Emissionen kostet nur 0,6 % der jährlichen Wertschöpfung, während die Beseitigung der Schäden bei einem

„Weiter-wie-bisher“ ein Vielfaches kosten würde. Diners Club ist damit eines der ersten Unternehmen der Finanzbranche in Österreich, das seine Emissionen nach dem Kyoto-Protokoll freiwillig kompensiert. Als Mitglied der KLIMA-ALLIANZ des SENAT DER WIRTSCHAFT hoffen wir, dass unserem Beispiel noch viele andere Unternehmen folgen werden.




Übrigens: Natürlich ist auch die SENATs-Diners Club Card 100% klimaneutral.

Der SENAT DER WIRTSCHAFT hat für seine Mitglieder in enger Kooperation mit Diners Club eine exklusive Clubkarte entwickelt, die neben der Klimaneutralität viele weitere interessante Vorzüge bietet. Sie ist nicht nur eine vollwertige Kreditkarte mit den bekannt feinen Unterschieden von Diners Club, sondern bringt auch zahlreiche Vorteile bei anderen Unternehmen sowie Angebote bei diversen Institutionen. Diese Angebote werden laufend erweitert und sind stets aktuell unter www.senat-oesterreich.at/diners-club-senator-card/ zu finden. Zu den interessantesten Vorteilen zählen unter anderem:

- » Zutritt zu mehr als 700 exklusiven Airport-Lounges weltweit
- » Nutzung der Fast Lane in Wien Schwechat
- » umfassende Reiseversicherungspakete
- » flexibler Einkaufsrahmen
- » kostenlose Security SMS nach jeder Zahlung
- » smarte Teilzahlungsmöglichkeiten mit Diners Club Best Pay
- » Dauerrabatte bei vielen Handelsunternehmen
- » Sonderkonditionen und Upgradings bei Reisen, Hotels und in der Gastronomie
- » kostenlose Erstgespräche mit den Außenwirtschaftsexperten des SENAT DER WIRTSCHAFT
- » Einladungen zu exklusiven Veranstaltungen des SENAT DER WIRTSCHAFT
- » und vieles mehr...

Die SENATs-Diners Club Card als Firmenkarte

Die SENATs-Diners Club Card kann aber nicht nur als Privatkarte verwendet werden, sondern ist mit ihrer langen Tradition und speziellen Angeboten auch ein idealer Partner im Business-Bereich. Mit der Diners Club Corporate Card und dem Diners Club Travel Account mit seinen Analysetools werden Geschäfts- und Reiseausgaben extrem einfach abgewickelt und im Anschluss übersichtlich dargestellt, analysiert und die Ergebnisse zur Effizienzsteigerung verwendet. 



Für alle Fragen zur SENATs-Diners Club Card wenden Sie sich bitte an:

Julia Horvath

julia.horvath@dinersclub.at

+43 1 50 135/415

Karl Kainzner

absolvierte eine Lehre bei der Creditanstalt und machte im Haus weitere Karriereschritte, bis er 1991 in den Aufsichtsrat der CA aufrückte. Ende 2001 übernahm er die Funktion als Geschäftsführer/Vorstand der AirPlus Air Travel Card Vertriebsges.m.b.H. und seit damals ist er für Diners Club in verschiedenen Managementfunktionen tätig, u.a. als Mitglied im „Global Advisory Board bei Diners Club International“. Seit 2012 ist er Vorstand und Sprecher des Vorstandes der DC Bank AG.





Matthias Krön – Geschäftsführer, Donau Soja

DIE ÖKOLOGISCHE NOTWENDIGKEIT EINER EIWEISSWENDE

MEHRFACHNUTZEN DURCH NEUE LANDWIRTSCHAFTLICHE KONZEPTE IST MÖGLICH!

Der intensive Anbau von gentechnikverändertem und nicht nachhaltigem Soja in Südamerika ist mitverantwortlich für die Zerstörung von Ökosystemen in Ländern wie Brasilien und Argentinien. Dennoch importieren die Europäischen Staaten von dem Rohstoff Millionen von Tonnen jedes Jahr. Es ist an der Zeit, dass der alte Kontinent beginnt, nur mehr nachhaltigen Soja zu importieren und vor allem einen regionalen Sojaanbau aufzubauen: Zur Stärkung der Wirtschaft, der Nachhaltigkeit und dem Austausch zwischen Ost und West.

Nach dem zweiten Weltkrieg wird Fleisch in Europa vom Sonntags- zum Alltagsessen. Die Fleischproduktion wird zu einem immer größeren Geschäft, Bauern halten immer mehr Tiere und versuchen diese immer

schneller schlachtreif zu bekommen. In dieser Zeit erobert eine Pflanze die Futtertröge in ganz Europa: die Sojabohne. Wegen ihres hohen Eiweißgehalts legen Schweine schneller zu und Hühner mehr Eier. Bereits

im Jahr 1960 werden zwei Millionen Tonnen Sojabohnen aus Südamerika importiert – in den kommenden 50 Jahren wird sich diese Menge fast verachtfachen.

Regenwaldabholzung, Chemie und Gentechnik

In Südamerika spricht sich unter den Bauern schnell herum, dass sich mit Soja gutes Geld verdienen lässt. Im Goldrausch holen die Landwirte den Regenwald ab, um neue Flächen für den lukrativen Anbau zu gewinnen. Allein im Jahr 2004 fallen in Brasilien über 25.000 Quadratkilometer Regenwald der Motorsäge zum Opfer. So wächst der Anbau in dem Land der großen Fußballspieler peu a peu auf zwölf Millionen Hektar an – eine Fläche fast so groß wie Deutschlands

Ackerfläche. Gleichzeitig haben chemische Mittel zur Unkrautbeseitigung hohe Konjunktur. Sie bieten eine günstige und einfache Möglichkeit den Acker von Wildkräutern zu befreien. Zwischen dem Jahr 2000 und 2009 versechsfacht sich der Verkauf des Herbizids Glyphosat in Brasilien. Einen entscheidenden Anteil an dem Absatzplus hat auch gentechnisch manipuliertes Soja. Die im Labor veränderte Eiweißpflanze ist resistent gegen das Spritzmittel Glyphosa.

Das bedeutet, dass die Landwirte in Südamerika größere Mengen dieses Total-Herbizids einsetzen können, ohne dass die Erträge kurzfristig darunter leiden. Unterm Strich führt dieser intensive Anbau und die Waldrodung dazu, schreibt das österreichische Umweltinstitut Seri in einer Studie, dass mehr als drei Viertel der CO₂-Emissionen, die bei der Produktion von Schweinefleisch entstehen, auf das Soja im Futter zurückzuführen sind.



Warum Soja aus Europa Sinn macht

Der Deutsche Bauernverband stellt im Jahr 2011 fest, dass Eiweißpflanzen nur noch auf 0,8 Prozent der Ackerfläche in Deutschland eingesetzt werden – im Vergleich zum Jahr 1998 ein Rückgang um zwei Drittel. Auch in Italien, Österreich, den Niederlanden und Rumänien ist der Anbau der sogenannten Leguminosen bis in die 2000er Jahre drastisch zurückgegangen. Während auf Südamerikas Äckern immer mehr Eiweißpflanzen angebaut werden, werden die sogenannten Leguminosen in Europa immer weniger. Dabei binden Eiweißpflanzen atmosphärischen Stickstoff im Boden.

Stickstoff ist wiederum ein wichtiger Nährstoff, den Landwirte in synthetischer Form gerne auf den Acker bringen. Würden die Bauern in Europa mehr Eiweißpflanzen einsetzen, also zum Beispiel Erbsen, Ackerbohnen, Süßlupinen und eben auch Soja, könnten sie den Einsatz von Pestiziden und Kunstdüngern reduzieren. Zwar wird noch darüber gestritten, ob tatsächlich ein Stickstoffplus im Boden bleibt, wenn die Kultur abgemetert wird, einig sind sich die Wissenschaftler jedoch, dass durch eine Auflockerung der Fruchtfolge Leguminosen der Bodengesundheit gut tun.

Eine Fruchtfolge, das ist die Abfolge verschiedener Kulturen auf dem Acker. Jede Kultur zieht unterschiedlich viele Nährstoffe aus dem Boden. Es gibt sogenannte Stark- und Schwachzehrer. Mais und Weizen sind beispielsweise Stark-, Erbsen und Soja hingegen Schwachzehrer. Die Theorie einer nachhaltigen Landwirtschaft ist, Kulturen so anzubauen, dass sich stark- und schwachzehrende Früchte abwechseln. In der landwirtschaftlichen Praxis der Nachkriegszeit wurde diese für die Nachhaltigkeit essentielle Balance immer mehr aus den Augen verloren.


Die Eiweiß-Wende als Chance

Eine Lebensmittelversorgung, die auf Gentechnik und Raubbau an der Natur basiert, lehnen immer mehr Menschen in Europa ab. Landwirtschaft, Verarbeiter und Handel sind nun im Schulterschluss mit der Politik dazu aufgefordert, eine ökologische Alternative zu bieten. Quasi eine Energiewende für die Landwirtschaft.

Dieser Sache hat sich der im Jahr 2012 gegründete Verein Donau Soja verschrieben. Er fördert eine schrittweise Selbstversorgung Europas mit Soja. Eine sogenannte Eiweißwende. Gelingt dieses Projekt können die Europäer gleich zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen: Sie erhöhen ihre Ernährungssouveränität und erhöhen gleichzeitig mit

der Ausweitung des Anbaus von Eiweißpflanzen die Nachhaltigkeit der eigenen Landwirtschaft. Für eine solche Transformation müssen neue Technologien entwickelt und Wertschöpfungsketten aufgebaut werden. Es braucht neue Landtechnik, leistungsfähigere Ölmühlen und eine intensivere Züchtung. Genau wie bei der Energiewende bietet ein solcher Wandel einer Branche also auch eine Chance für die europäische Wirtschaft. Gleichzeitig fördert die Eiweißwende die regionale und soziale Entwicklung in strukturschwachen Regionen Südosteuropas.

Soja wächst besonders gut in den warmen Ländern im Osten des alten Kontinents wie Rumänien, Bulgari-

en, Serbien und Ungarn. Durch die Eiweißwende werden die Ökonomen in diesen Nationen gestärkt und durch den Handel und Austausch mit jenen im Westen wird ein Beitrag dazu geleistet, dass schrittweise die Wohlstandsunterschiede nivelliert werden. Auf diesem Weg können die Länder Europas enger zusammenwachsen. Ein äußerst willkommener Nebeneffekt. Im Verein Donau Soja arbeiten bereits 270 Unternehmen aus 22 Ländern Europas zusammen an der europäischen Eiweißwende, einem großen europäischen Projekt für Wirtschaft, Nachhaltigkeit und soziale Entwicklung. 

Matthias Krön

wurde 1969 in Salzburg geboren. Nach seinem Studium in Wien, Taipei und New York und seiner Rückkehr nach Österreich im Jahr 1995 begann er im Molkereibereich zu arbeiten. Er gründete die Firma Mona Naturprodukte, einen der Hauptanbieter im Molkereisektor für Milchvarianten auf Basis von Soja, Reis und Hafer in Österreich. Krön fungierte als CEO und Partner der Mona Gruppe. Im Herbst 2011 trat er als CEO zurück, um sich auf die Soja-Verbände zu konzentrieren: Der Verein Soja aus Österreich wurde im Jahr 2008 und der internationale Verein Donau Soja im Jahr 2012 gegründet. Krön tritt für eine nachhaltige und regionale Proteinversorgung in Europa ein.





Mag. Markus Ferrigato – Geschäftsführer, Moët Hennessy Österreich

NACHHALTIGKEIT IST KEIN LUXUS

BEST-PRACTICE AUS DER UNTERNEHMENSPRAXIS
EINES PREMIUM-PRODUKTANBIETERS

Größe ist oftmals ein Vorteil – vor allem in Bezug auf verantwortungsvolles, nachhaltiges Wirken. Denn mit der Größe erzielt man einen großen Impact zur Bewusstmachung von Nachhaltigkeitsthemen in einer relevanten Zielgruppe.

Als Claude Moët, ein Weinhändler aus Eprenay, 1743 das Haus Moët gegründet, hätte er sich wahrscheinlich nicht in seinen kühnsten Träumen vorstellen können, welchen Grundstein er damit geschaffen hat. Er schaffte es, das damals ausschließlich in elitären Kreisen bekannte Getränk

zum globalen Symbol der Lebensfreude zu machen. Heute ist die Marke Moët & Chandon die bekannteste Champagnermarke der Welt als Teil des Markenportfolios von Moët Hennessy – ein weltweites Symbol für erlesenen Genuss, glamouröse Fest und besondere Momente.

Was aber oftmals bei all dem Glanz, den die Champagner und Spirituosen von Moët Hennessy verkörpern, zu wenig beachtet wird, ist die Tatsache, dass im Konzern ein großes Augenmerk auf verantwortungsvolles und nachhaltiges Wirken gelegt wird.

Nachhaltigkeit als fixer Bestandteil des Handelns

Ausgehend von Christophe Navarre, CEO von Moët Hennessy, wurden seit 2002 wesentliche Initiativen ins Leben gerufen, um mit den Rohstoffen rund um die Produkte nachhaltig und ökologisch sinnvoll umzugehen. Das Augenmerk dabei liegt vor allem auf Themen wie Wasser- und Abfallwirtschaft, Ökodesign, nachhaltige Landwirtschaft und Energieeffizienz. Die Erfolge können sich sehen lassen.

So sind seit dem Start der Initiativen bereits 90% der Lieferungen auf umweltfreundliche Transportmethoden umgestellt worden, 50% der Weingüter von Moët Hennessy haben bereits das Zertifikat für nachhaltigen Weinbau erhalten und die Weinbauflächen in der Champagne, die sich im Besitz von Moët Hennessy befinden, wurden 2014 mit weiteren Qualitätslabels wie dem „Haute Valeur En-

vironnementale“ ausgezeichnet. Oftmals ist die Größe eines Unternehmens also auch ein Vorteil, um die begrenzten Ressourcen der Natur für die Nachwelt zu schützen und zu bewahren. Der Schlüssel dazu ist ein kompromissloses Commitment der Unternehmensführung zu nachhaltiger Marktwirtschaft.

Herausforderungen erfolgreich begegnen

Von der Größe unbeeinflusst ist die Tatsache, dass jedes Unternehmen aktuellen Herausforderungen in vie-

len Bereichen zu begegnen hat. Mag. Markus Ferrigato, Geschäftsführer von Moët Hennessy Österreich, gibt

dazu im Interview mit SENATE wie folgt Auskunft:



Herr Ferrigato, ist das Thema Nachhaltigkeit bei Ihren KundInnen ein kaufentscheidendes?

Es wird laufen ein viel höheres Bewusstsein für diese Themen spürbar. Unsere Zielgruppe setzt sich in der Regel aus gut gebildeten Menschen zusammen, bei denen die Nachhal-

tigkeitsthematik ein fixer Teil des Lebensbewusstseins ist. Wir werden nahezu bei jedem Gespräch mit Fragen nach der Herstellungsmethode, nach den Rohstoffen und nach der

Verarbeitung konfrontiert - und das sind allesamt Fragen, wo unsere ökologische Ausrichtung hinterfragt wird.

Wie spiegelt sich der verantwortliche Umgang mit Ressourcen seitens Moët Hennessy im täglichen Handeln der einzelnen Vertriebsorganisationen, also auch in Österreich, wieder?

Wir haben eine Reihe von Kennzahlen im Hinblick auf den ökologischen Fußabdruck entwickelt, die laufend gemessen und berichtet werden. Damit wird Bewusstsein im

Vertrieb geschaffen, dass wir verantwortungsvoll mit Ressourcen umgehen müssen. Ob das die Verpackung betrifft bis hin zur Vermeidung von Flügen durch technologiegetriebenen

Kommunikationslösungen: Das Denken - und damit das Handeln - wird durch die laufende Bewusstmachung des Themas automatisch ökologisch geprägt

Moët Hennessy hat ein Portfolio mit einer großen Anzahl namhafter Marken im Champagner- und Spirituosenbereich. Welche Herausforderungen hat ein solches Unternehmen?

Wir stehen unter der permanenten Herausforderung, laufend Premiumqualität in allen Bereichen zu bieten, vor allem beim Kundenservice. Jeder Kontakt muss Premiumqualität haben. Um das zu bieten, müssen wir ständig und laufend immer noch besser werden. Unsere KundInnen erwarten von uns als Marktführer

außerdem Innovationen. Die Marke braucht daher laufend ein neues und innovatives Bild im Markt. Die Vorreiterrolle zu haben und sie auch zu halten ist eine große Herausforderung. Wir bewältigen das einerseits durch Produktinnovationen, aber auch durch neue Wege in der Verwendbarkeit des Produkts. Vor allem

in der Gastronomie wird viel unternommen, um das Produkt aus dem Aperitiv-Bereich herauszuholen und als vollwertiges Menübegleitungsprodukt zu etablieren. Da passiert viel was die Schulung und das Know-how der Gastronomie betrifft.



Mag. Markus Ferrigato

Nach Abschluss seines Studiums der Internationalen Wirtschaftswissenschaften in Innsbruck beginnt Markus Ferrigato zunächst im Business Development für Uniquare im Bereich mCommerce. Ab 2004 ist er bei Swarovski in verschiedenen Funktionen tätig. Unter anderem leitet er im Jahr 2011 die Restrukturierung der Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsabteilungen. Im Juli 2016 übernahm er die Funktion des Geschäftsführers für Moët Hennessy Österreich, eines Mitgliedsunternehmens im SENAT DER WIRTSCHAFT.



Wie verhalten sich Volumen und Preise in Ihrer Branche?

Champagner Ist ein natürliches Produkt und daher gibt es Schwankungen bei Qualität und Mengen. Es geht

uns um eine Steigerung der Qualität und das Unternehmen agiert daher nicht mengengetrieben. Der Preis

regelt sich daher dementsprechend auch in schwierigeren Jahren durch geringere verfügbare Mengen.

Was sind erkennbare Trends und Richtungen in Ihrer Branche?

Es gibt eine Vielzahl von Marken in der Branche. Die Arbeit als Premi- ummarke zahlt sich hier besonders aus. Das betrifft auch den Champag-

ner als Geschenk, wo wir eine starke Position haben, weil wir den Trend zur Individualisierung für uns nutzen. Eigene Überverpackungen, Gravuren

etc. sind möglich, um sich von einem normalen Geschenk abzuheben.

Stichwort Geschenk: Schenkt man zu Weihnachten überhaupt noch Luxusartikel?

Wenn wir könnten, würden wir wohl am Liebsten „Zeit“ schenken. Da das aber faktisch nicht möglich ist, sollte man die beschränkt verfügbare Zeit, auf alle Fälle mit Qualität anreichern. Wir spüren ein steigendes Bewusstsein, dass es immer mehr um Zeitqualität geht. Wenn man daher

die wenige Zeit, die man zur freien Verfügung hat, mit hochqualitativen Produkten bereichert, geht das in diese Richtung. Außerdem geht es bei Geschenken vor allem um den Begriff der Wertschätzung, die zum Ausdruck gebracht werden soll. Trotz aller Compliance-Richtlinien,

die wird immer wesentlicher werden, gibt es viele Produkte, die auch unter der gesetzlich festgelegten Preisgrenze liegen, die aber eine hohe Qualitätsanmutung haben und daher Wertschätzung in perfekter Weise transportieren.

Herzlichen Dank für das Gespräch!
Das Interview führte Jochen Ressel. 

ECODESIGN-BEST PRACTICE

Eine Kolumne zur Vorstellung ökologischer Produktkonzepte von
**Dr. Wolfgang Wimmer - Geschäftsführender Gesellschafter,
ECODESIGN company engineering & management GmbH**

Bei den Kriterien für zukunftsfähige Produkte steht immer die Betrachtung des gesamten Produktlebenszyklus und vor allem folgende Aspekte im Mittelpunkt der Überlegungen: Materialeinsatz, Energieeffizienz, Langlebigkeit, Kreislauffähigkeit und Nutzenoptimierung. Für die Gesamteffizienz und Zukunftsfähigkeit ist vor allem aber auch das übergeordnete Geschäftsmodell entscheidend.

Genau hier setzt das ECODESIGN-BEST PRACTICE dieser Ausgabe des Reparatur- und Service-Zentrums R.U.S.Z. (www.rusz.at) an. Mit ihrem neuen Mietmodell für Waschmaschinen wird die Idee der Verlagerung der Verantwortung für zukunftsfähige Produkte hin zum Hersteller bzw. Anbieter verstärkt. Für einen monatlichen Betrag und eine Einmalzahlung können Kunden eine Waschmaschine mieten (statt kaufen). Die Waschmaschine, aber auch die Verantwortung dafür, bleibt beim Anbieter. Ziel war es, im Sinne von „Nutzen statt Besitzen“ bei relativ geringem Investitionsaufwand, eine hochwertige Waschmaschine zur Verfügung zu stellen. Zusätzlich werden die Geräte einmal jährlich durch einen Techniker vor Ort gewartet. Eine teure Reparatur entfällt. Jedenfalls ist der Anbieter für das einwandfreie Funktionieren verantwortlich. R.U.S.Z. wählt dank seiner langjährigen Erfahrung nur solche Geräte für die Vermietung aus, die den Kriterien der Langlebigkeit und der Reparierbarkeit entsprechen. Damit steht eine echte Alternative in der Umsetzung von ressourcenschonenden Nutzen-statt-Kaufen-Lösungen zur Verfügung. Wir brauchen mehr von solchen Angeboten!



R.U.S.Z. Waschmaschinen Mietservice – Nutzen statt Kaufen

Materialeinsatz

Der Einsatz hochwertiger Waschmaschinen sichert eine hohe zu erwartende Lebensdauer. Im Vergleich zu günstigen Modellen mit einer relativ kurzen Lebensdauer werden so die eingesetzten Ressourcen und Materialien über eine lange Zeit genutzt.

Langlebigkeit

Die im Mietmodell inkludierte jährlichen Wartung stellt sicher, dass die Lebensdauer der Komponenten verlängert wird. Andererseits werden Verschleißerscheinungen frühzeitig erkannt und Folgeschäden vermieden. Durch diese lange Lebensdauer reduziert sich der Aufwand an Ressourcen und in der Herstellung um ein Vielfaches.

Kreislauffähigkeit

Ist eine Maschine kaputt wird diese vor Ort repariert, bei aufwendigeren Reparaturen wird diese zurückgenommen und in der Werkstatt repariert. Kann diese nicht mehr repariert werden, können zumindest die funktionsfähigen Komponenten als Ersatzteile für andere Geräte wiederverwendet werden.

Dr. Wolfgang Wimmer

ist geschäftsführender Gesellschafter der ECODESIGN company engineering & management GmbH und Ao. Univ. Prof. an der Technischen Universität Wien, Fakultät Maschinenbau. Er hat drei Fachbücher zum Thema Ecodesign/umweltgerechte Produktgestaltung geschrieben und in den letzten 20 Jahren zahlreiche Industrieprojekte zur Verbesserung der Umweltperformance von Produkten geleitet. Er ist mit seinem Unternehmen Mitglied im SENAT DER WIRTSCHAFT.



**Auch Ihre Erfolge stellen wir hier gerne vor,
indem wir Ihr Produkt porträtieren.**

Schreiben Sie mir Ihre Erfolgsgeschichte unter: wimmer@ecodesign-company.com.
Gerne zeige ich in der nächsten Kolumne auf, wie Sie in Ihren Produkten
Umweltüberlegungen integriert haben.



Mag. Klaus Candussi – Geschäftsführer atempo und capito

DIGITAL KANN SOZIAL?

WIE KOMPLIZIERTE TEXTE FÜR ALLE VERSTÄNDLICH WERDEN

Ist die Digitalisierung mehr Fluch oder mehr Segen? Kommt darauf an, was man daraus macht! Das Social-Business atempo zeigt, wie uns Digitalisierung dabei helfen kann, mehr Verstehen in unsere Kommunikation zu bringen. Wir alle bekommen immer wieder komplizierte Texte zu lesen. Folgen Sie daher dieser Einladung zu einem Eigenexperiment. Das einzige was Sie dafür brauchen ist die capito Leicht Lesen-App auf Ihrem Smartphone.



Mag. Klaus Candussi, MAS,

studierte Musikwissenschaft und Sozialmanagement, arbeitete als Journalist und als Geschäftsführer im Behindertenbereich. Gemeinsam mit Walburga Fröhlich, MA gründete und führt er atempo. Die gemeinnützige Organisation gilt als eines der führenden Sozialunternehmen. Mit ihrem Team entwickelten sie die Marken capito® und nueva® und das erfolgreiche Social-Franchise-Netzwerk von atempo.

Der Weg zur leicht verständlichen Informationen ist dabei denkbar einfach: Die Kundinnen und Kunden scannen den capito QR Code auf dem Original-Dokument, geben die gewünschte Sprachstufe an - und schon erscheint die Übersetzung am Handy. Die capito Methode ist die einzige im deutschsprachigen Raum, die jährlich TÜV-zertifiziert wird.

- Für Android: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.capito.app>
- Für iOS: <https://itunes.apple.com/us/app/capito-leicht-lesen/id1207860689?l=de&ls=1&mt=8>





Teil 1: Was ist los und wer ist schuld?

60 vH Staatsbürgern entbehren in toto oder zumindest partiell der mentalen Disposition 80 vH der von Institutionen staatlicher Autorität oder von marktwirtschaftlicher Produktions- bzw. Dienstleistungserbringungsunternehmen distribuierten Information dergestalt zu apperzipieren und kognitiv-prozessual zu verarbeiten, dass sich daraus logisch korrekte und der Intention der Absender der Information angemessene Konsequenzen für das faktische,

persönliche Handeln derivieren ließen. Diese für die Population unseres sprachlich nächstverwandten Nachbarlandes repräsentativ und wissenschaftlich erhobenen Fakten auf austriakische Gegebenheiten zu übertragen erscheint angesichts empirischer, wenngleich – zugegeben – bloß multipler punktueller, heimischer Beobachtung zulässig. Detto signalisieren die gängigen Reaktionsmuster auf diesen Befund signifikante, transnationale Similaritäten. Prioritär wird

über Schuld debattiert: Präferiert die general-pessimistische Fraktion den totalen Untergang des Abendlandes als konsekutives Szenario, neigt die speziell schul-antipathische Fraktion tendenziell den Narrativen vom kollektiven Niedergang des Schulsystems, flächendeckender Pädagoginnen-Inkompetenz oder individueller Verdummung durch epidemisch um sich greifende Dyslexie zu.

Hallo, sind Sie noch da?

Für all jene, die mehr am Inhalt dieses ersten Teils des Artikels interessiert wären, als daran, zu erfahren, dass der Autor in der Schule Latein lernte, oder für jene, die Information einfach schneller konsumieren möchten: Vergleichen Sie doch mal diesen Text mit jenen in der capito Leicht Lesen-App. Finden Sie auf Ihrem Smartphone oder Tablet heraus, auf welchem Sprachlevel Sie sich am besten informiert fühlen! Eine Anleitung zur Verwendung der capito Leicht Lesen-App finden Sie im Kasten am Ende des Artikels.



Teil 2: Wer ist schuld? Was hilft wirklich?

Wer ist schuld an schwer verständlicher Information? Diese Frage ist nicht wichtig. Die Leute kennen sich in jedem Fall bei Geldgeschäften noch immer nicht aus. Sie wissen bei Wahlen nicht, wie sie sich entscheiden sollen. Und sie verstehen Sicherheits-Anweisungen nicht. Einfache Sprache ist notwendig, damit möglichst viele Menschen eine Information verstehen können. Die Sprache muss für die Leserinnen und Leser passen, die man erreichen will. capito

macht das seit vielen Jahren und übersetzt schwierige Texte in leicht verständliche Sprache. capito ist ein Teil der Sozialorganisation atempo. Die Wirkung von leicht verständlicher Information ist groß: Die Menschen sind zufriedener damit. Sie kennen sich damit besser aus und wissen besser, was sie tun können. Manche Menschen reden und schreiben trotzdem lieber kompliziert. Sie glauben, man hält sie sonst für dumm. Aber das stimmt gar nicht. In Wirklichkeit haben die Leserinnen und Leser von leicht verständlicher Information das Gefühl, dass sie ernst genommen werden. Als Kundinnen und Kunden von Firmen. Als

Patientinnen und Patienten im Spital. Oder als Bürgerin und Bürger zum Beispiel bei Wahlen.

Mit der neuen capito Leicht Lesen-App können Leserinnen und Leser die passende Sprache selbst auswählen. Das ist eine ganz neue Form für Informationen. Manche Firmen und Ämter sind schnell bei technischen Verbesserungen. Sie verwenden die App schon. Die capito Leicht Lesen-App war auch schon bei Wettbewerben erfolgreich. Sie kam ins Finale für den Innovations-Preis der Steirischen Wirtschaft. Und sie ist Österreich-Sieger beim „World-Summit-Award 2017“.



So sieht der zweite Teil des Artikels auf dem Sprachniveau B1 aus. Das verstehen die meisten Menschen. Wer diesen Teil ganz schwierig oder ganz einfach formuliert nachlesen möchte, vergleicht wieder mit der capito Leicht Lesen-App.



Dr. Leopold Decloedt – Geschäftsführer, Connect Sprachenservice

DIE RICHTIGE SPRACHE ALS SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG

EINE HUMORISTISCHE BEISPIELSAMMLUNG, MIT DEM ERNSTEN RAT, ES BESSER ZU MACHEN



Sprache gehört zu jenen Fähigkeiten, durch die sich die Menschen von anderen Lebewesen unterscheiden. Sprache erlaubt uns, unsere Umgebung zu benennen, zu erfassen und somit auch zu gestalten und zu beeinflussen. Über die Sprache können wir mit anderen Menschen in Kontakt treten, Emotionen äußern und Bedürfnisse wecken. Sprache ermöglicht uns, andere Menschen zu begeistern, glücklich zu machen und zu motivieren, aber genauso zu desorientieren, zu verstören bzw. komplett zu zerstören. Es gilt somit auch für Wirtschaftstreibende, die zum Verkaufen ihrer Produkte und Dienstleistungen in hohem Maße auf sprachliche Mittel angewiesen sind, besonders verantwortungsvoll mit der Kraft der Sprache umzugehen. -

Nur Unternehmen, die bei der Kommunikation mit KundInnen, LieferantInnen und sonstigen PartnerInnen dem Faktor Sprache genügend Aufmerksamkeit widmen, sind lang-

fristig erfolgreich. Die Sprache ist nun einmal der Spiegel der Seele, nicht nur bei Menschen, sondern auch bei Unternehmen. Leere Worthülsen, gravierende grammatikalische Fehler,

Rechtschreibfehler und offensichtlich falsche Übersetzungen setzen dem Image schleichend zu und hemmen am Ende des Tages die erfolgreiche Entwicklung des Unternehmens.



Die gewehrlose Angabe

Eine effektive Kommunikation ist nur möglich, wenn man einander versteht. Die erste Voraussetzung dazu ist, dass man sich an bestimmte Regeln hält. Auch wenn das Durchbrechen von sprachlichen Konventionen in einigen Fällen durchaus erfrischend und aufmerksamkeitsregend sein kann – Werbetexte und manche literarische Texte bezeugen

dies immer wieder –, Verstöße gegen z. B. die Rechtschreibung werden von vielen Menschen als irritierend und als Zeichen für mangelnden Respekt gegenüber dem Leser empfunden. Es macht schon einen Unterschied, ob man seine Angaben „ohne Gewehr“ oder „ohne Gewähr“ macht, ob man mit „Gehrungen“ oder „Gährungen“ zu tun und ob man „kikkerbillen met

groeten“ (Froschschenkel mit Grüßen) oder „kikkerbillen met groeten“ (Froschschenkel mit Gemüse) aufgetischt bekommt. Leider kommen solche Fehler immer öfter vor, weil kaum noch jemand bereit ist, für ein professionelles Lektorat das nötige Kleingeld in die Hand zu nehmen.

Besch... Lampen

Unternehmen investieren sehr viel Geld in Markenbildung. Interessanterweise wird dabei aber sehr oft auf die sprachliche Komponente vergessen. Dafür gibt es vor allem in der Autobranche unzählige, unrühmliche Beispiele (Toyota Fiera – die Scheußliche, Mazda Laputa – die Hure, Mitsubishi Pajero – der Wichser). Aber

auch in anderen Bereichen wäre es nicht schlecht, sich vor der Einführung einer Marke über die sprachliche Dimension des Markennamens Gedanken zu machen. OSRAM ist auf Polnisch die erste Person Singular des Verbs „osrac“ – somit bedeutet „osram“ so viel wie ein erleuchtendes „ich sch.. drauf“. Und was würden

biedere Bürger aus Kraków wohl sagen, wenn ihr superschnelles Internet den Namen „HUI“ (auf Polnisch ist „huj“ die eher derbe Bezeichnung für das männliche Glied) trägt? Wer mit seiner Marke international punkten will, tut gut daran, Profis heranzuziehen, die sprachliche Pannen bereits im Vorfeld ausschließen können.

Sissy und der Nachwuchs

Vor allem im Tourismusbereich scheint es sich noch nicht herumgesprochen zu haben, dass ein unbedachter, unsorgfältiger Umgang mit der Sprache bei den Gästen nicht nur für Heiterkeit, sondern manchmal auch für leise Verwunderung und verärgertes Kopfschütteln sorgt. Wie fühlt man sich wohl in einem Clubhaus eines Golfresorts, das – so die Selbstaussage – „den Golfspielern optimale Voraussetzungen für das Spiel, angefangen von den Umkleieräumen mit Duschen [...], über Lagerung der Ausrüstung [...], bis hin zum Laden mit Golfausrüstung“ bietet und eine Beleuchtung hat, die sich wie „eine wohltuende Behandlung“

anfühlt, „die Sie verwöhnen und dem reinen Hedonismus für alle Ihre Sinne überlassen kann.“ Da kann man nur hoffen, dass das Green in einem besseren Zustand ist als die Formulierungen in dem Werbeprospekt.

Am Interessantesten wird es jedoch, wenn – so gesehen und geschehen in Bad Ischl – ein Fortbildungsseminar für die Angestellten eines Restaurants offensichtlich so aus dem Ruder läuft, das man die Mitbürger in einem exhibitionistischen Rausch darüber informieren will: „Wegen Fortbildung und Fortpflanzung hat unser Sissy von 06.10 bis 20.10 Geschlossen. Vielen Dank für euer Kommen und Wiedersehen. Euer Sissy Team.“

Da verspürt man als Gast doch den unaufhaltsamen Drang, das Lokal gleich am 21. Oktober zu besuchen und bei Erzählungen aus dem Serail lukullische Speisen wie „gebratene Butterfischmakrele“ oder „Boeuf Stroganoff vom Huhn“ bzw. „Bambi goreng“, „Chessburger“ oder „Laiche Dorsches zur Bluse des Matrosen“ (gemeint ist Fischgericht „pescado a al marinera“) mit einem „complimentary glass wine or bear“ zu sich zu nehmen? Wenn Ihnen das zu ungeheuerlich erscheint, können Sie immer noch im kleinen Teehaus um die Ecke „tea in a bag like mother“ genießen. Mahlzeit! 🍵

Leopold R. G. Decloedt

studierte Germanistik und Niederlandistik in Gent und lebt seit 1987 in Wien. 1992 promovierte er zum Dr. phil. mit einer Studie über das Bild Kaiser Franz Josephs I. in der österreichischen Literatur der Zwischenkriegszeit. Bis 2004 Lehrtätigkeit an der Masaryková Univerzita in Brno und der Universität Wien. Mit mehr als 25 Jahre Erfahrung in der Übersetzungsbranche, ist er seit 2008 der Geschäftsführer der Übersetzungsagentur Connect-Sprachenservice GmbH mit Hauptsitz in Wien und Zweigniederlassung in Regensburg. Er ist Autor von Studien und Fachartikeln und ist mit seinem Unternehmen Mitglied im SENAT DER WIRTSCHAFT.





Golli Marboe - Filmproduzent und Gründer, VsUM

MEDIEN NEU DENKEN UND NEU LEBEN

DAS BEWEGTBILD BESTIMMT DIE ZUKUNFT!

Laut Uni Wien beschäftigen sich österreichische Jugendliche ungefähr 7,5 Stunden täglich mit ihrem Handy. Dabei werden im Netz vor allem Videos geteilt. 80% des konsumierten Contents stellt inzwischen Bewegtbild dar. Aber ist dieser Content tatsächlich wahr? Sind die Videos manipuliert, oder kann man dem präsentierten Inhalt vertrauen?

Wir sind gerade dabei, den Umgang mit Smartphones und dem Netz zu lernen. All die Begriffe, wie Hate Speech, Fake News etc. sind Zeichen einer globalen Pubertät. Denn das iPhone gibt es gerade mal zehn Jahre. Es ist daher nachvollziehbar, dass wir uns alle miteinander erst einmal darauf verständigen müssen, wie sich

unsere Gesellschaft in dieser wunderbaren Medienwelt bewegen will und soll.

Als ich ein Kind war, da musste man sich beim Autofahren noch nicht anschnallen. Trotzdem empfinde ich es heute keineswegs als Einschränkung meiner Freiheit, den Gurt anlegen zu müssen. So wird das auch mit

dem Umgang im Netz sein. Wir alle werden damit leben lernen, uns via Smartphone in sozialen Netzwerken oder via „Postings“ so zu benehmen, wie wir das auch im sogenannten normalen Leben auf der Straße, in der Schule oder mit unseren Freunden tun.

Leben mit Medien

Das Leben in und mit den Medien ist keine Freizeitbeschäftigung mehr, wie das vielleicht in den Anfängen der digitalen Revolution noch verstanden

wurde sondern ist längst ein integraler Bestandteil unseres Alltags. Ob unsere Musik, unser Kalender, unser Fotoapparat, diverse Hilfsdienste wie

Wetter, Lokalführer, Navi, Kontaktbörsen, soziale Plattformen oder unser Berufsalltag – all das funktioniert mit den digitalen Assistenten.



Vierte Kulturtechnik

Dementsprechend ist es an der Zeit, dass wir eine vierte Kulturtechnik erwerben: Neben Lesen, Schreiben und Rechnen ist es alternativlos auch den richtigen Umgang mit Medien zu beherrschen. Einerseits ist es dafür notwendig, in unseren Schulen ein eigenes verpflichtendes Unterrichtsfach „Medienerziehung“ zu etablie-

ren und andererseits genauso wichtig, auch all jenen, die nicht mehr in die Schule gehen, mit Fort- und Weiterbildungskursen diese vierte Kulturtechnik zugänglich zu machen. Der an der Universität Tübingen lehrende Professor Bernhard Pörksen schreibt: „Wir leben an der Schwelle von der digitalen zur redaktionellen

Gesellschaft.“ Er meint damit, dass es in naher Zukunft nicht mehr so wichtig sein würde, jeder technischen Neuentwicklung zu folgen. Viel entscheidender wird es sein, ob man eine Nachricht auf ihre jeweilige Relevanz und Richtigkeit hin einzuordnen versteht.

Verständnis für Grundregeln erforderlich

Dazu sollte jeder Internet- und Smartphone-User in der Lage sein, die Grundregeln journalistischer Arbeit zu verstehen.

- Ist ein Artikel ergebnisoffen recherchiert und dann der Beitrag auch so gestaltet?
- Kann man die Quellen der jeweiligen Information klar und transparent erkennen?
- Kommt auch eine Gegenmeinung zu Wort?
- Wurde die „Message“ des Videos von zwei unterschiedlichen und unabhängig agierenden Quellen vertreten (Double Check)?
- Wer handelt warum, wie und wo?

Wenn man mit einer solchen „Checkliste“ an einen Artikel, an ein Video oder an ein Posting herange-

hen kann, dann wird man schnell erkennen, ob dieser Beitrag eine seriöse Quelle zum Diskurs in unserer

Gesellschaft darstellt, oder ob es sich um Werbung, Agitation, Populismus oder Mission handelt. ►



Auch immaterielle Werte sind etwas wert

Wir alle gestalten miteinander das Netz und wie wir einander dort begegnen. Daher müssen wir uns wohl auch von der einen oder anderen liebgewonnenen Gewohnheit verabschieden: Kaum jemand würde auch nur einen Lippenstift aus dem Drogeriemarkt stehlen, warum aber laden wir dann Kinofilme und so viele

andere zu bezahlende Inhalte illegal herunter? Auch immaterielle Werte sind etwas wert!

Oder warum benützen wir im Netz immer noch Nicknames? Welches Gedankengut stellt man ins Netz, das man sich nicht unter dem eigenen Namen zu veröffentlichen trauen würde? Laut der letzten Studie von


Safer Internet vom Mai 2017 misstrauen 87% aller Jugendlichen den Inhalten, die sie über soziale Medien erreichen. Warum informieren sich diese „ZweiflerInnen“ dann aber nicht neben dem Infokonsum bei Snapchat, Instagram, Whatsapp oder YouTube auch bei Qualitätsangeboten?

Gesetzgeber ist gefordert

Dafür muss der Gesetzgeber den öffentlich rechtlichen Rundfunkveranstaltern und den Qualitätszeitungen die Möglichkeit und die finanzielle Ausstattung geben, in dieser Kommunikationswelt der Menschen aktiv sein zu dürfen. Denn nur die genannten Qualitäts-Medien werden

sich dem wichtigsten Prinzip der Demokratie verpflichtet fühlen: der Präsentation von Minderheitenanliegen und nicht nur der Übermittlung der Mehrheitsmeinung, wie das z. B. die Gratiszeitungen tun.

In diesem Sinne lasst uns nach Lesen, Schreiben und Rechnen alle den Um-

gang mit Medien lernen und dann auch gemeinsam leben. Wie heißt es in Amerika, seit Donald Trump Präsident ist: Du hast ein Recht auf Deine eigene Meinung aber nicht auf Deine eigenen Fakten! 

Golli Marboe

war über zwanzig Jahre TV- und Filmproduzent von hunderten Dokumentationen. Inzwischen arbeitet er als freier Journalist, unterrichtet an etlichen Hochschulen Medien und Journalismus und steht auch als Speaker zur Verfügung. Im Jahr 2016 gründete er VsUM, den „Verein zur Förderung eines selbstbestimmten Umgangs mit Medien“. vsum.tv



Die .mcberatungsgruppe
Unternehmensentwicklung und Steuerberatung
für Menschen, die die Welt nachhaltig mitgestalten.

**Zuverlässig.
Unabhängig.
Zukunftsorientiert.**

Salzburger Straße 205 · 4030 Linz
+43(0)732 / 661717-0 · Fax -20
office@mcberatungsgruppe.com
www.mcberatungsgruppe.com



Jochen Ressel

war in internationalen Konzernen im Bereich Sales & Marketing in Österreich, der Schweiz und im Londoner Headquarter tätig, ehe er als Managing Director des Businessclubs k47 fungierte. Seit 2013 ist er für den SENAT DER WIRTSCHAFT tätig. Er ist an der Entwicklung einer Vielzahl von Projekten maßgeblich beteiligt, u.a. des EEDF (European Economic Danube Forum) und des Social Entrepreneurship Forums. Im Bildungsbereich entwickelte er mit Senator Karl Kaiblinger das Demokratieplanspiel ZAG-Zukunft aktiv gestalten und gestaltet mit „Weitblick-Champions“ ein weiteres Bildungsprojekt. Von Beginn an verantwortete er das Wirtschaftsmagazin SENATE und ist seit April 2016 als Geschäftsführer – Operations tätig.

Jochen Ressel – Geschäftsführer-Operations, SENAT DER WIRTSCHAFT

WEITBLICK-CHAMPIONS SIND JETZT GEFRAGT

EINE NEUE SENATS-INITIATIVE FÜR HTL-ABSOLVENTINNEN UND UNTERNEHMEN

Der Fokus einer technischen Erstausbildung ist das Erlangen fachlicher Kompetenz. Heute sind jedoch zusätzliche Qualifikationen notwendig, damit technische Lösungen Relevanz im Markt haben. Dabei geht es um gesellschaftliche, ökologische und ökonomische Aspekte. Mit der Initiative „Weitblick Champions“ werden diese zusätzlichen Aspekte im Bewusstsein junger TechnikerInnen verankert.

Gute Schulnoten alleine sind heute als Qualifikation nicht mehr ausreichend. Unternehmen fordern ein, dass AbsolventInnen technischer Schulen einen ganzheitlichen Blick auf komplexe Situationen mitbringen. Eine Schulnote bewertet in einer HTL die technische Güte der Abschlussarbeit, aber ob Lösungen von Unternehmen umgesetzt werden, entscheidet sich bei der Beantwortung

vieler Fragen, die nicht nur mit der technischen Güte zu tun haben. Dazu zählen ethische, kulturelle und gesellschaftliche Implikationen. Was ist der Nutzen der Lösung und wie wirkt sie auf den Menschen, auf das gesellschaftliche Leben, welche Probleme werden dadurch vermieden oder gelöst? Ökologische Implikationen müssen überlegt werden: Was sind die Nachhaltigkeits-Aspekte,

z.B. in Hinblick auf Rohstoffe, und was sind die Auswirkungen auf die Umwelt (Circular Economy, Energieeffizienz, CO2-Footprint etc.)? Und dann sind da noch die wirtschaftlichen Implikationen: Wo sind die Marktchancen und Zielgruppen für die entwickelte technische Lösungen zu finden, was bedeutet das für die Time to market etc.?





Über die technische Lösung hinausblicken

Damit HTL-AbsolventInnen lernen, sich mit diesen Fragen auseinanderzusetzen, hat der SENAT DER WIRTSCHAFT die Entscheidung getroffen, gemeinsam mit dem oberösterreichischen Technologie-Unternehmen und SENATs-Mitglied technosert einen Award an HTLs und deren AbsolventInnen zu verge-

ben. Ausgezeichnet werden HTL-Diplomarbeiten, bei denen - zusätzlich zur technischen Lösung - gesellschaftliche und ökologische Aspekte dargestellt werden. Der Award motiviert die Technikjugend „WeitblickerInnen“ zu werden. Denn nur Menschen mit Weitblick, bringen uns weiter! Denn letztendlich muss Technik als

Werkzeug und Mittel zur Gestaltung der menschlichen Gesellschaft, mit Verantwortung für die Natur und unsere Welt wirken. Das wird jungen, technisch ausgebildeten Menschen durch den „Weitblick Champions“-Award bewusst gemacht.

Die Abkehr vom antiken Bild der TechnikerInnen

Wir alle kennen die Geschichte des Daidalos der Antike, der das Verständnis von Technik und der Verantwortung von Menschen, die sich ihrer bedienen, geprägt hat. Dieses Grundverständnis besagt: Technik ist weder gut, noch schlecht. Der Techniker entwickelt eine neutrale Lösung. Die Wertung bekommt sie erst, wenn andere sie verwenden - zum Guten oder zum Schlechten,

aber dafür ist der Techniker nicht verantwortlich. So ging es ihm immer nur um die technische Herausforderung. Es war Daidalos egal, ob er ein Labyrinth für ein Ungeheuer baut, ob er jemandem, der dieses Ungeheuer töten will hilft, mit einer einfachen Lösung aus dem Labyrinth wieder herauszufinden, oder seinem Sohn Ikaros Flügel baut, um aus dem Zentrum des Labyrinths zu entfliehen und

damit abstürzt. Verantwortung für die technische Lösung weist er von sich - dafür ist der Verwender der Lösung zuständig.

Dieses Prinzip gilt heute nicht mehr, weil die Gesellschaft von der Technik fordert, dass alle ethischen Fragen vor der Marktreife mitbedacht werden. Genau da setzt der Award „Weitblick-Champions“ an. 🌐

Eine Plattform für Technik-Unternehmen des Mittelstands

Unternehmen des Mittelstands, die HTL-AbsolventInnen suchen und beschäftigen, können den Award unterstützen und dabei viele Vorteile generieren:

- Sie leisten so einen wesentlichen Beitrag zur zukunftsorientierten Ausrichtung technischer Ausbildung.
- Sie beweisen, dass für sie der holistische Ausbildungsansatz wesentlich ist, der alle Aspekte des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Lebens abdeckt.
- Im Rahmen der Prämierungs-Gala stellen sich Unternehmen als Top-ArbeitgeberInnen für die AbsolventInnen dar, die nicht nur an „großen“ Namen der Wirtschaftswelt als ArbeitnehmerInnen Interesse haben, sondern an Unternehmen, die eine zukunftsorientierte Ausrichtung haben und an der Entwicklung der MitarbeiterInnen aufrichtiges Interesse haben.
- Die Unterstützung von „Weitblick-Champions“ bietet daher eine optimale Möglichkeit für Unternehmen, sich als Top-Arbeitgeber zu positionieren und mit einem starken Employer-Branding in der Zielgruppe der künftigen MitarbeiterInnen präsent zu sein.
- Darüber hinaus wird damit auch die Wahrnehmung des Unternehmens in den Ausbildungsstätten stark gefördert.

Jetzt ist es an der Zeit, Teil dieser neuen SENATs-Initiative zu werden und damit eine zukunftsorientierte, holistische Ausbildung zu fördern!



Alle Informationen, wie sich Unternehmen einbringen können, welchen Nutzen es bringt – für Unternehmen, aber auch für die HTL und nicht zuletzt für AbsolventInnen, finden Sie auf www.weitblick-champions.at



Mag. Andrea Ristl – Geschäftsführerin, AUTONOM TALENT

HERZ IM BUSINESS

EIN MUSS FÜR „GESUNDE“ UNTERNEHMEN

Stress, Leistungsdruck und eine dynamische Umgebung fordern Unternehmen wie MitarbeiterInnen gleichermaßen. Umso wichtiger ist ein ganzheitlicher Ansatz in der Personal- und Organisationsentwicklung. Die Möglichkeiten, die natürliche Neugierde der Menschen zu wecken und ihre Aufmerksamkeit auf Ressourcen statt auf Defizite zu lenken, dabei bestehende Herausforderungen sicher zu erkennen, eröffnet neue Ansätze in der Personal- und Organisationsentwicklung.



Wenn wir im Finsternen durch ein unbekanntes Terrain wandern, werden wir unweigerlich an Hindernisse stoßen. Wir schaffen es womöglich, sie zu umgehen, werden wieder an neue stoßen – womöglich auch wieder an die gleichen. Nur bei Licht würden wir sehen, was uns im Wege steht und wie wir darauf reagieren kön-

nen. So ähnlich schreiten wir oft auch selbst durchs Leben. Wir spüren Hindernisse, erkennen jedoch nicht, worum es sich genau handelt und wie wir mit ihnen umgehen können.

Das Verhalten bildet sich durch die eigene Entwicklung, die Herausforderungen, die Umgebung und viele weitere Faktoren. Im Lauf der Zeit

entstehen Routinen, die wir selbst nicht mehr hinterfragen, weil sie alltäglich geworden sind. Einige davon sind uns dienlich, andere tun uns weniger gut. Letztere führen auf Dauer meist zu einer physischen und psychischen Belastung, die sich mitunter in konkreten Krankheitsbildern niederschlägt. ▶



Aktuelle Herausforderungen

Wie kann eine Kurskorrektur gelingen, wenn gleichzeitig die äußeren Herausforderungen an Dynamik zunehmen? Großflächige Transformationsprozesse wie Globalisierung und Digitalisierung führen zu intensiviertem Wettbewerb und Marktdruck, was eine unsichere und von starkem Konkurrenzkampf geprägte Umwelt für Unternehmen schafft.

Für MitarbeiterInnen schwimmt zunehmend die Grenze zwischen Arbeit und Freizeit, sodass sie eine Art Daueraktivierung erleben. Die Forschung verortet die Zunahme von Lebensstil-Erkrankungen wie Diabetes, Übergewicht, Depression, Schlaflosigkeit und Burnout. Vermehrte Fluktuation und Krankenstände wiederum belasten die Unternehmen

finanziell und personell stark. Je komplexer und fordernder die äußeren Umstände werden, desto wichtiger ist es, innere Ressourcen und die Widerstandsfähigkeit zu stärken. Nur wer von innen gestärkt ist, wird nach außen erfolgreich sein. Das gilt ebenso für Individuen wie für Unternehmen und Organisationen als Systeme.

Eigene Ressourcen erkennen

Jede Organisation hat eigene Zyklen und Rhythmen und damit einen eigenen Herzschlag. Die Vitalität eines Unternehmens ist abhängig von jedem einzelnen Mitglied. Deshalb muss eine ganzheitliche Analyse auf individueller Ebene ansetzen, um

daraus passende Maßnahmen für die Organisation zu entwickeln. Die Erfahrung zeigt, dass MitarbeiterInnen, die ihre Stressoren identifizieren und entschärfen, ihre Ressourcen optimaler einsetzen, höhere Leistung erbringen, motivierter und ausgegli-

chener sind. Auf diese Art schaffen sie auch ein positives Gesamtumfeld. Kombiniert mit gezielten Team- und Leadership-Programmen lässt sich eine Aufwärtsspirale in Gang setzen, die ein ganzes Unternehmen von innen heraus stärkt.

Herz ins Unternehmen bringen

Das Herz ist der Motor des Lebens, es steht für Tatkraft, Mut, Stärke, Ausdauer, Präzision und Leistung. Gleichzeitig ist es ein Symbol für Liebe und Zuneigung, für Gefühle, Sehnsucht sowie für Schmerz und Freude. Als zentrales Element des menschlichen Organismus kann man die Eigenschaften des Herzens auch praktisch nutzen: Es gibt eine Me-

thode, um aus dem Rhythmus des Herzschlages objektive Werte über die langfristige Gesamtkonstitution eines Organismus zu erheben. Die Messung der Herzratenvariabilität (HRV) ist seit 1996 als Analyseinstrument bekannt. Die HRV bezeichnet die Möglichkeit des Herzens zur Variation des zeitlichen Abstandes

von einem Herzschlag zum nächsten. Je unterschiedlicher die Zeitabstände zwischen den einzelnen Herzschlägen sind, desto flexibler ist das Herz und desto vitaler ist der Organismus. Eine HRV-Messung ermöglicht es, den An- und Entspannungslevel zu messen und zeigt die Fähigkeit, auf die täglichen Herausforderungen des Lebens zu reagieren.



Erkennen und verändern


Verbunden mit einer Analyse von täglichen Routinen lassen sich auf diese Weise objektive Erkenntnisse gewinnen, die für eine Person oft selbst im Verborgenen liegen. Eine Messung der HRV über 24 Stunden an einem typischen Arbeitstag bringt Licht in

die Dunkelheit, zeigt verborgene Barrieren und Gewohnheiten auf. Schritte zur Veränderung müssen nicht nur akzeptiert, sondern schlussendlich auch gelebt werden. Ausgetretene Pfade zu verlassen, braucht Zeit und Ausdauer. Durch eine fundierte und

längerfristige Betreuung lassen sich dysfunktionale Muster aufbrechen und neue Wege zu mehr Wohlbefinden, Zufriedenheit und letztlich Glück finden.



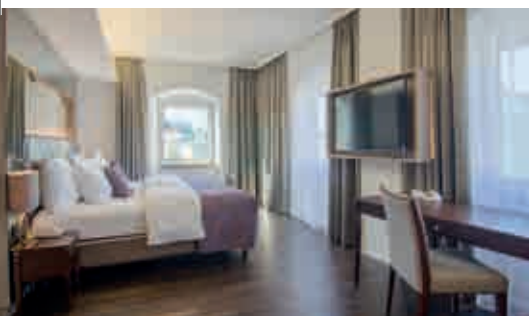
Zusammenfassung

Vitalität und eine innere Balance stärkt jeden Menschen und im Unternehmen unterstützt dies den Erfolg und die Performance und sichert Effizienz, Innovation, nachhaltige Prävention und letztlich Zukunftsfähigkeit. 

- » Es ist wichtig, innere Ressourcen zu sichern, um nach außen erfolgreich zu sein.
- » Die meisten Barrieren und Blockaden liegen für einen selbst im Verborgenen.
- » Eine objektive Analyse ist der Ausgangspunkt, um dysfunktionale Muster aufzubrechen.
- » Durch nachhaltige Begleitung werden Vorsätze zu neuen Gewohnheiten.
- » Zufriedene und gesunde MitarbeiterInnen stärken eine Organisation von innen.

Mag. Andrea Ristl

verfügt über 20 Jahre Erfahrung in der Personal- und Organisationsentwicklung, in Potenzialentwicklungsprogrammen und Teamentwicklung. Sie war Geschäftsführerin bei der Eblinger & Partner, ist seit 2003 Lektorin an der Donau Universität Krems und seit 2006 geschäftsführende Gesellschafterin der AUTONOM TALENT® Consulting GmbH. Nach über zehn Jahren Forschung und Erfahrung mit HRV-Messungen gründete sie im Mai 2017 die Heart2Business GmbH & Co KG. Das Kernstück ist eine Online-Plattform zur Unterstützung von nachhaltiger Haltungsänderung in Unternehmen. MitarbeiterInnen, Teamleitern und Führungskräften werden auf der Basis einer Messung individualisierte Interventionen und eine mindestens 12-monatige Betreuung auf der Plattform angeboten.



IMLAUER HOTEL
PITTER
SALZBURG

Das Traditionshaus **IMLAUER Hotel Pitter Salzburg** erstrahlt nach seinem aufwendigen Um- und Ausbau in neuem Glanz. Neben 199 Hotelzimmer, der Lobby und dem Restaurant „PitterKeller“ wurde vor allem das **Pitter Event Center** neu gestaltet.

Das Herzstück des Hauses ist der Pitter Saal, der durch 6 juwelenförmige Kuppeln Tageslicht in jedem seiner Bereiche bietet – ein wunderschönes Ambiente für **Seminare, Bälle und Bankette!**

Das gastronomische Erlebnis **IMLAUER Sky – Bar & Restaurant** bietet einen spektakulären 180° Ausblick auf die historische Altstadt von Salzburg, während köstliche Cocktails, erlesene Weine und kulinarische Gaumenfreuden genossen werden können!



Gabriele Stowasser – Vorstand, SENAT DER WIRTSCHAFT

UNTERNEHMEN BRAUCHEN SINNVOLLE GESUNDHEITSTOOLS!

DIE GESUNDHEITS-TOOLBOX DES SENAT UNTERSTÜTZT SINNVOLL!

Die Bedeutung der Gesundheit – die der ArbeitnehmerInnen aber auch die der UnternehmerInnen – ist in aller Munde. Ohne sinnvolle Konzepte für eine umfassende Betriebliche Gesundheitsvorsorge wird eine Aufrechterhaltung des aktuellen Systems jedoch nicht finanzierbar sein. Der SENAT DER WIRTSCHAFT agiert daher bereits jetzt mit konkreten und sinnvollen Maßnahmen, die Unternehmen schon jetzt umsetzen können.

Eine schier unüberschaubare Menge von Lösungen, Programmen, Konzepten, Trainingsprogrammen, Schulungen, Software-Packages u.v.m. sind am Markt zu finden, wenn sich

ein Unternehmen dazu entschließt, die betriebliche Gesundheitsvorsorge wirklich anzupacken. Doch es fehlt den Unternehmen an der Zeit, alle Angebote zu prüfen und zu ent-

scheiden, ob diese wirklich für den eigenen Betrieb relevant sind. Außerdem ist meist spezifisches Gesundheits-Know-how nötig.

Wie der SENAT dabei unterstützt

Im Rahmen des „Forum Europäische Gesundheitspolitik des SENAT DER WIRTSCHAFT“, einer Arbeitsgruppe von ExpertInnen verschiedener Gesundheitsbereiche, wurden eine Anzahl eingereicherter Tools sorgfältig evaluiert. Eine qualifizierte Auswahl von Werkzeugen wird den Unternehmen als Entscheidungshil-

fe empfohlen und bereitgestellt. In einem nächsten Schritt können die Unternehmen mit den AnbieterInnen direkt in Kontakt treten, um die Individualisierung für das eigenen Unternehmen zu diskutieren.

Das Ziel des SENAT DER WIRTSCHAFT ist es, dass eine wirksamkeitsorientierte und schnelle Ent-

scheidung ermöglicht wird, die einen wesentlichen Betrag zur Betrieblichen Gesundheitsvorsorge leisten. Es geht daher um die Umsetzung und damit um einen möglichst schnellen Effekt für die Gesundheit in den Unternehmen.



DIE GESUNDHEITS-TOOLBOX DES SENAT DER WIRTSCHAFT

AUMAIER COACHING | CONSULTING

MAG. ULRIKE KRIENER

Es ist im Alltag auch für Führungskräfte und Experten immer wichtiger, sich aktiv Zeit zu nehmen, um individuelle, gesundheitsfördernde Maßnahmen für sich zu erkennen und anzuwenden. Beispielsweise können bestehende, eingefahrene Verhaltensmuster oder Verhaltensblockaden gelöscht oder verändert werden und damit die nachhaltige Umsetzung und Verinnerlichung neuer Verhaltensstrategien eingeleitet werden. Managen Sie auch Ihre physische, psychische und mentale Gesundheit. Das sichert Energie, Leistungsfähigkeit und Erfolg im Beruf.

www.aumaier.com

AUTONOM TALENT – AUF DEN HERZSCHLAG HÖREN

MAG. ANDREA RISTL

„Auf den Herzschlag hören“ ein abgestimmtes und qualitativ hochwertiges Programm zur Evaluierung der arbeitsbedingten psychischen Belastung (AschG) sowie zum Erhalt und Ausbau des Wohlbefindens und der Erholungs- und Leistungsfähigkeit. AUTONOM TALENT bietet auf Basis der objektiven Messung die Evaluierung arbeitsbedingter psychischer Belastungen, Workshops und Seminare zum Thema Stress- und Ressourcenmanagement an. Ziel ist das Erlernen eines achtsamen Umgangs mit körperlichen und mentalen Ressourcen, sowie von Bewältigungsstrategien für einen förderlichen Umgang mit Stressoren. Eine 24-Stunden Herzratenvariabilitäts-Messung zeigt die vorhandenen Ressourcen, das Leistungspotenzial und den Energielevel.

www.autonomtalent.com

APPTeam – BURNOUT PRÄVENTION

DR. BRIGITTE BÖSENKOPF

Viel Arbeit, wenn sie lustvoll erlebt wird, macht Menschen nicht krank, weil sie eine positive Wirkung auf Individuen ausübt. Allerdings ist es durch den Wandel der Arbeitswelt und die damit verbundenen Steigerungen der Anforderungen zu vielen Veränderungen gekommen, die Menschen zunehmend belasten. Arbeitgeber können aber durch eine Vielzahl an Maßnahmen die Stresssituationen ihrer Mitarbeiter reduzieren oder durch veränderte Rahmenbedingungen Stressoren minimieren.

www.appteam.at





BIOGENA FUNCTIONAL MEDICINE CENTER

JULIA GANGLBAUER

In bestimmten Lebenssituationen kann es vorkommen, dass wir uns unwohl und ausgepowert fühlen. Eine Zeit lang kann der Körper diese Phasen regulieren und kompensieren. Halten diese Phasen jedoch länger an oder kommen sie immer wieder, spüren wir, dass etwas nicht stimmt. Genau in diesem Moment können wir uns entscheiden, ob wir diesem Unwohlsein auf den Grund gehen und Verantwortung für die Gesundheit übernehmen wollen. Das Biogena Präventions-Zentrum bietet eine unkomplizierte Anlaufstelle für Diagnostik, um die Ursachen von Beschwerden herauszufinden.

www.biogena-fmc.com

INCORPORE | SMOVEY®

JASMIN RIESER

Für die Prävention vieler Zivilisationskrankheiten ist Bewegung Gold wert. Alle unsere Körpersysteme, sei es das Herz-Kreislauf-System, der Stoffwechsel oder auch das Muskel-Skelett-System bedürfen körperlicher Aktivität, um gesund zu bleiben und zu funktionieren. Ohne körperliche Bewegung geht es nicht. Dank smovey® werden Ausdauer, Kraft, Beweglichkeit und Koordination für den gesamten Körper - ohne großen Aufwand - gezielt trainiert!

www.incorpore.at

INDIVIDUAL COACHING

MAG. ULRIKE AMON-GLASSL

Jedes Unternehmen ist verpflichtet, die psychischen Belastungen ihrer MitarbeiterInnen mit einem standardisierten wissenschaftlichen Verfahren zu erheben, zu bewerten und mit geeigneten Maßnahmen zu reduzieren. Der Mensch verbringt den Großteil seines Lebens am Arbeitsplatz. Arbeiten wir unter Bedingungen, die uns bestmöglich entsprechen, fördert das unsere körperliche und psychische Gesundheit. Und wir können bis ins Alter produktiv bleiben. Eine Win-win-Situation für ArbeitnehmerInnen und ArbeitgeberInnen.

www.individualcoaching.at

INSTAHELP

MAG. MARTIN PANSY

Die betriebliche Gesundheitsförderung ist ein nicht mehr wegzudenkender Teil einer modernen Unternehmensstrategie. Durch rechtzeitige Maßnahmen steigern Sie das Wohlbefinden und die Gesundheit am Arbeitsplatz und reduzieren gleichzeitig Krankenstandstage sowie Ausfallkosten. INSTAHELP ist eine Plattform für psychologische Online-Beratung zur Förderung der psychischen Gesundheit.

www.instahelp.me



MEDICLASS

MAG. CHRISTOPH SAUERMANN

Schnelle und pünktliche Arzt-Termine für Ihre Mitarbeiter! Krankenstandstage und Fehlzeiten durch Arztbesuche der Mitarbeiter verursachen immer höhere Kosten. Bereits heute hat ein Unternehmen rein statistisch mit 100 Mitarbeitern durchschnittliche Fehlkosten von ca. € 300.000 pro Jahr. Mediclass bietet für einen geringen Jahresbeitrag in seinem Zentrum in Wien Arzttermine ohne Wartezeiten – bei über 60 Ärzten und Therapeuten unter einem Dach!

www.medicclass.com

MEMON BIONIC INSTRUMENTS

HANS FELDER

Egal ob im Homeoffice, im Callcenter, Laden oder in der Produktionshalle: Sie wünschen sich für sich selbst oder Ihre Mitarbeiter, dass Sie wieder entspannter arbeiten können, die Konzentration länger anhält, kreative Ideen und Lösungen nur so aus Ihnen herausprudeln und dass Sie auch in hektischen Zeiten einen kühlen Kopf bewahren? Die MEMON Technologie schützt vor den negativen Auswirkungen von Elektromog auf biologische Systeme (Mensch, Tier und Pflanze) und reduziert feinste und feine Staubpartikel in der Atemluft.

www.memon.eu

MERKUR LIFESTYLE

MAG. (FH) MARTIN PAP

Die Gesundheit der Menschen Ihres Unternehmens ist das größte Kapital und wird sich mit Spitzenleistungen widerspiegeln. Das Motto: Gemeinsam Leistung bringen, Verantwortung übernehmen, Herausforderungen annehmen und den Arbeitsplatz als wohltuend motivierende Lebenswelt genießen. Merkur Lifestyle Profis können individuelle Lösungen nach Maß genau für Ihre MitarbeiterInnen entwickeln und mit maximaler Flexibilität durchführen.

www.merkur-lifestyle.at

MUTSCHMIEDE

RENÉ BAUER

Die Gewaltbereitschaft in Teilen der Bevölkerung nimmt zu. Davon sind Zug- und FlugbegleiterInnen ebenso wie Rettungsdienste, Transportunternehmen und Verkaufspersonal im Einzelhandel betroffen. Übergriffe haben die verschiedensten Motivationsgründe, doch gilt es, als Unternehmen seine MitarbeiterInnen vor Gewaltangriffen zu schützen, ihnen Handlungskompetenzen für den Ernstfall zu vermitteln und ihnen nach einem gewalttätigen Zwischenfall hilfreich zur Seite zu stehen.

www.mutschmiede.com



REPULS – LICHTMEDIZIN TECHNOLOGIE

BRIGITTE RUMPOLD

Licht als Medizin wird einen immer höheren Stellenwert bekommen, da weltweite Forschungen an vielen Institutionen, aber auch klinische Ergebnisse zeigen, dass man mit einzelnen Wellenlängen ganz gezielt – sowohl akute als auch chronische Erkrankungen – therapieren kann.

REPULS bedient sich modernster LED-Technologie und stellt daher nichtinvasiv, nichtthermisch und nebenwirkungsfrei eine völlig neue Therapieform dar.

www.repuls.at

WENDEPUNKT GESUNDHEIT

ING. RALF HÖLLER

Unternehmen, die in die Gesundheit ihrer Mitarbeiter investieren, haben einen klaren Wettbewerbsvorteil. Sie erschließen enorme Produktivitätsreserven, erhöhen die Identifikation mit dem Unternehmen und sorgen so für unternehmerischen Erfolg. Die Angebote der Wendepunkt Gesundheit GmbH stehen für ein ganzheitliches kennzahlenbasiertes Stress- und Gesundheitsmanagement.

www.wendepunkt-gesundheit.at

WINGTSUN & CHIKUNG

MATTHIAS GOLD

Fließende Bewegungen und gezieltes Timing gehen in einem systematischen und koordinierten Bewegungsablauf ineinander über. Sie verschmelzen zu einer neuen und kraftvollen Einheit.

WingTsun baut dabei auf dem vorhandenen Potential der TeilnehmerInnen auf. Nicht Muskelkraft und Kondition sind die Voraussetzungen für WingTsun, sondern die Bereitschaft, sich auf seinen Körper einzulassen, seine Stärken kennenzulernen und zu nutzen. Dadurch steigert sich die körperliche und geistige Flexibilität und die Wahrnehmungsfähigkeit wird gefördert. Wer WingTsun lernt, entwickelt ein intensives Körperverständnis und ein neues Selbstbewusstsein.

www.wendepunkt-gesundheit.at

Gabriele Stowasser

ist Mitglied des Vorstands des SENAT DER WIRTSCHAFT, hauptverantwortlich für „International Relations“. Außerdem betreut sie „Gesundheit“ als eine der Hauptaktivitätssäulen des SENAT. Sie verfügt über umfassende Erfahrung in betrieblichen Prozessen und Marketing sowie im Business Development auf internationaler Ebene.





Prof. Dr. Otto-Michael Lesch

KRANKE GESELLSCHAFT, ODER MACHT UNSERE GESELLSCHAFT KRANK?

WAS GEGEN BURNOUT UND SÜCHTE GETAN WERDEN KANN

Herbert J. Freudenberger (1927-99) beobachtet bereits, wie aus „aufopferungsvollen, pflichtbewussten und engagierten HelferInnen häufig leicht reizbare und ihren KlientInnen gegenüber zynische MitarbeiterInnen“ wurden, welche Symptome einer physischen und psychische Erschöpfung zeigten. Heute sagen wir: Sie oder er „ist im Burnout.“ Der Begriff selbst wird ab 1976 durch Christina Maslach und Ayala Pines verwendet und zu Beginn nur für helfende Berufe angewandt. Erst später wurden auch andere Berufsgruppen und der private Lebensbereich in die Beobachtungen mit einbezogen.

Worum es sich bei Burnout handelt, ist mittlerweile Teil des Allgemeinwissens: Es bezeichnet einen Zustand besonders ausgeprägter Erschöpfung. Das Burnout-Syndrom ist vielfältig und individuell in Auftreten

und Ausmaß. Erschöpfung und Niedergeschlagenheit, Schlafstörungen, körperliche Beschwerden wie Kopfschmerzen, Magenkrämpfe oder körperliche Dysfunktionen sind Teil des Krankheitsbildes. Typisch sind

auch Schuldgefühle und/oder Versagensängste kombiniert mit häufigen körperlichen und organischen Erkrankungen. Burnout hat immer drei Teile: den Körper, das Denken und Fühlen sowie das Verhalten.

Eine Volkskrankheit?

Eine niederländische Studie (Van der Heijden F, Dillingh G, Bakker A, Prins J: Suicidal thoughts among medical residents with burnout) stellte im Jahr 2008 fest, dass es sich keineswegs um eine Randerscheinung unserer Gesellschaft handelt. 20,6 % leiden unter Burnout und 20,5 % von diesen berichten von Suizidgedanken. Das hat auch wirtschaftliche und unternehmerische Auswirkungen, denn die meisten Menschen mit leichten/mittleren psychischen Erkrankungen (CMD) sind im Arbeitsprozess (60-70%) nach wie vor aktiv. Arbeitslosigkeit bei schwerer psychiatrischer Störung multipliziert das Problem.

Die körperlichen Belastungen haben die Arbeitsmediziner inzwischen er-

folgreich gemindert. Ergonomische Bürostühle, sorgfältig aufgestellte Computerbildschirme in den Büros, Roboter für schwere Traglasten in den Fabriken haben dazu beigetragen. Stress und psychische Belastungen haben sie dagegen immer schlechter im Griff. Das belegen auch die Zahlen der Krankenkassen: Nach Angaben des AOK-Bundesverbandes ist der Arbeitsausfall durch psychische Erkrankungen in den vergangenen zehn Jahren mit 79,3 Prozent überproportional stark gestiegen. Mit 25,7 Tagen je Fall lagen die Ausfallzeiten 2016 an der Spitze aller Erkrankungen und dauerten mehr als doppelt so lange wie der Durchschnitt mit 11,7 Tagen je Fall. Dabei stieg sowohl die Zahl der psy-

chisch Erkrankten insgesamt als auch die Ausfallzeit je Patient.

Eng damit verknüpft ist das Suchtmittelproblem. Die Verwendung von Psychopharmaka kann dabei zwei Rollen spielen: Mit einer biologischen Hypothese und richtig dosiert sind sie ein Segen, aber werden sie zur Beruhigung oder als Ersatz für Personalmangel oder bei fehlender Motivation eingesetzt, werden sie zum Fluch. Und damit kommen wir zu einer Folge- und Parallelerkrankung des Burnouts: Den Süchten. Dabei sei vorab das Ausmaß angedeutet: Nur 4-6% aller Suchtkranken befinden sich in Suchttherapie. Der allergrößte Teil der Menschen, die „süchtig“ sind, sind in keinem adäquaten Betreuungsprozess integriert.



Burnout und Süchte

Suchtmittel sind älter als die Menschheit und alle Kulturen entwickelten Regeln und Rituale zur Einnahme von Suchtmitteln. Es gab keine und es wird keine suchtmittelfreie Gesellschaft geben. Allerdings übernehmen Alkohol oder andere Suchtmittel im Zusammenhang mit Erschöpfung und Überforderung eine besondere Rolle. Das Suchtmittel dient dann als

Konfliktlöser, als Antidepressivum und wird herangezogen, um die eigene Leistungsfähigkeit vermeintlich zu steigern. Generell gilt: HINschauhen und nicht WEGschauhen! Je früher die Intervention erfolgt, umso besser ist die Prognose! Dieses Hinschauhen ist eine gesamtgesellschaftliche Verpflichtung, die wir als Familienmitglied, als ArbeitskollegInnen, als

Führungskräfte usw. wahrzunehmen haben – zum Wohle der Betroffenen! Suchtmittelbezogene Maßnahmen, die meist nur punktuell durchgeführt werden, dienen den Erfindern der Maßnahme, aber verhindern keine Suchtentwicklung. Suchtmittelpolitik und Suchtmittelprävention kann man daher nur für Menschen in ihrem sozialen Netz implementieren.

Ist Heilung möglich?

Da viele Menschen süchtige Verhaltensweisen haben und jeder Personen kommt, die als „süchtig“ bezeichnet werden können, fühlen sich viele Menschen als „Experten“ und wissen genau, wie und was jetzt notwendig ist, um Burnout und damit verbundene Süchte zu heilen. Auch in gesellschaftlichen Lobbys finden sich daher sogenannte „Experten“, die deren Interessen vertreten, wie z. B. Tabak-, Alkohollobby, Justiz, Therapeuten u.v.m. Die von internationalen „Experten“ dargestellten


wissenschaftlichen Tatsachen werden allerdings selten umgesetzt. In den herkömmlichen stationären Therapien stellt das Therapieangebot für jeweils spezifische Indikationen den konzeptionellen Rahmen für den Behandlungsablauf dar. Vorgeschichte und Vorbehandlungen wie auch der gesamte Bereich der Nachbehandlung wird als zweitrangig angesehen. Dabei wird übersehen, dass der bedeutsame Kontext nicht die Krankheit, sondern die Person mit ihrer jeweiligen Biographie der eigentlich

wichtigste Aspekt ist. Daher braucht es neue Konzepte für nachhaltige Erfolge. Gemeinsam mit Dr. Brigitte Bösenkopf, Dr. Mark Schmid-Neuhaus und Prof. Dr. Amann wird daher an einem zeitgerechten und patientenrelevanten Heilungs- und Therapiekonzept gearbeitet, das Burnout und Süchte in deren unmittelbaren Zusammenhang in den Blick nimmt. Das Ergebnis fließt in die Konzeption eines „Austria Resilience Resort“ ein.

Wesentliche Therapie-Ansatzpunkte

Fast immer handelt es sich bei den KlientInnen um Personen, die Führungsaufgaben zu erfüllen haben. Die herkömmliche Arzt/Ärztin-PatientInnen-Beziehung trägt diesem Sachverhalt zu wenig Rechnung, sondern ist geprägt von „Die Ärztin bzw. der Arzt weiß es besser“. Außerdem wird von der Fähigkeit zum Selbstmanagement dieser PatientInnen in den bestehenden Behandlungskonzepten zu wenig Gebrauch gemacht. Der Schlüssel ist ein anderes Beziehungsverständnis zwischen PatientIn, Ärztin/Arzt und TherapeutIn. Monatelange Wartezeiten, wie in der normalen Versorgung üblich sind für diesen Personenkreis unzumutbar. Als weiterer wesentlicher Punkt ist anzuführen, dass Diskretion und Sicherheit ganz wesentlich zum Hei-

lungsprozess beitragen und daher in einem Therapiekonzept ganz besonders berücksichtigt werden müssen. Daher bringen TherapeutInnen, die nur als „TechnikerInnen“ wahrgenommen werden, zu wenig. Man braucht fachliche, empathische psychische Begleitung und eine Therapie zur Lebensstil-Änderung. Die Verbesserung der Beschwerden, das Vertrauen, die Kontinuität der Betreuung, die Auseinandersetzung mit dem Menschen und seinen veränderbaren, sowie nicht veränderbaren Ressourcen, steht im Vordergrund. Die gute Zusammenarbeit aller Mitglieder des Teams unter der Führung einer Ärztin oder eines Arztes, der die PatientIn schon länger kennt, sind dazu notwendig. Abschließend kann festgehalten werden, dass Gesundheit

wie Krankheit weitgehend das Ergebnis persönlicher Lebensbewältigung ist. Deshalb muss bei zeitgemäßen und zukunftsorientierten Maßnahmen die Förderung aller Fähigkeiten zur Lebensbewältigung an erster Stelle des Gesamtkonzeptes stehen. Wissenschaftlich hat das seinen Ausdruck in der zunehmenden Bedeutung, die dem Thema „Salutogenese“ und „Resilienz“ gewidmet worden ist, gefunden. Diese Aspekte haben die normale medizinische Versorgung aber noch nicht erreicht, was durch das Konzept, an dem wir im Team arbeiten, erreicht werden muss, damit Mitglieder unserer Gesellschaft, die krank geworden sind, zu einer umfassenden Gesundheit geführt werden können. 

Univ. Prof. Dr. Otto Michael Lesch

war an der Universitätsklinik für Psychiatrie und Psychotherapie am AKH Wien tätig, ist Präsident der Österreichischen Gesellschaft für Suchtmedizin (Austrian Society for Addiction Medicine - AUSAM) und ist international als Experte für Burnout und Sucht höchst anerkannt. Seit Jahren ist er im Board of Directors der „International Academy for Law and Mental Health“. Er veröffentlichte eine Reihe von Publikationen zu sinnvollen psychosozialen Betreuungsmaßnahmen und ist Teil des fachlichen Beratungsteams zum Aufbau eines „Austrian Resilience Resort“.





Johanna Graisy & Christoph Liebscher - Bio-GastronomIn, Gustl kocht

ÜBER DEN TELLERRAND GESCHAUT

WEIL WESENTLICH IST, WIE WIR UNS ERNÄHREN!

Österreichs stets wachsende und äußerst vielfältige Lokalkultur lässt einen kulinarisch vielversprechenden Appetit auf Neues aufkommen. Und doch: nur wenige Gastronomen haben es bislang gewagt, was im Kochalltag vieler Menschen und in den Lebensmittelläden längst angekommen ist: ausschließlich mit biologischen Zutaten zu kochen. Gustl kocht ist daher gastronomisch gesehen ein gallisches Dorf und gleichzeitig ein Best-Practice-Beispiel. Ein Café und Gasthaus, das ein wenig anders ist als viele Küchen. Bei Gustl kocht ist der Gast dazu eingeladen, über seinen Teller- rand zu schauen.

Es kommen nur jene Produkte in die Töpfe und Pfannen, die den Anforderungen an kontrolliert biologischem Anbau standhalten. Das bedeutet bei den Pflanzen Schonung der Humusdecke, von der wir alle – auch in der Stadt – leben, und bei den Tieren respektvolle, artgerechte Haltung. Zusätzlich bekommen die Bauern einen fairen Preis bezahlt. Um all das sicherzustellen, wird kaum eine Tätigkeit so streng kontrolliert wie die Bio-Landwirtschaft und die Bio-Gastronomie. Dafür erhalten Gäste Spei-

sen, die mit Lebensmitteln von hoher Qualität zubereitet wurden; Speisen, die zu 100% Gentechnik-frei sind und ohne falschen Einsatz von Antibiotika und Spritzmitteln erzeugt worden sind. Kurzum, Speisen, die nicht nur Freude am Essen bereiten, sondern auch für gesundheitliches Wohlbefinden sorgen.

Die Auswahl an Bio-Produkten ist alles andere als ein zartes Pflänzchen. Es gibt kaum etwas, das es nicht in Bio-Qualität gibt. Gerade Österreich darf sich als ein Land freuen,

in dem die Zahl an Bio-Bauern täglich wächst. Damit hat die Bewegung hin zu wertvollen Produkten auch der Bio-Gastronomie eine weitere Tür geöffnet: Ein reiches Angebot an zahlreichen Sorten aus der Welt von Obst- und Gemüse, Fisch und Fleisch ermöglicht unseren Köchen ein abwechslungsreiches Kochen mit stets neuen saisonalen Speisen. Gute Ernährung, die aus biologisch zertifizierten Produkten besteht, muss somit nicht teuer oder eine exklusive Erfahrung sein.



Orientiert an der Natur

Als die Entscheidung gefallen war, mit dem Café und Gasthaus Gustl kocht in der Gastronomie Fuß zu fassen, war ganz klar, dass bei den Produkten keine Kompromisse eingegangen werden. Dies nicht nur aus Respekt zu unserer Natur, sondern auch, damit der Gast auf wohltuende Speisen vertrauen darf.

Menschen, denen wertvolle Nahrungsmittel wichtig sind, müssen diese nicht ausschließlich zu Hause

zubereiten. Gustl kocht schafft hier einen Ort, wo gesunde und schmackhafte Speisen möglich sind. Gustl kocht ist jedoch kein Gesundheitstempel. Das Lokal versteht sich vielmehr als Ort, an dem mit einer Qualität von Bio-Produkten gekocht wird, wie sie bis zur Industrialisierung in der Nahrungsmittelwelt bislang gang und gäbe waren: wertvolle Produkte ohne künstliche Zusätze, so wie die Natur sie uns stets gegeben hat. So


gesehen ist es keine Erfinderküche, sondern knüpft wieder bei den Produkten an, die schon lange Zeit zuvor in Gasthäusern und vielen Küchen in den Töpfen und Pfannen brodelten. Da sich bei der Verwendung dieser ursprünglichen Produkte gleichzeitig auch die Gesundheit erfreut, kann die Bio-Gastronomie fast ganz nebenbei und ohne diese besonders hervorheben zu müssen, auch zur gesunden Ernährung des Menschen beitragen.

Gesundes Wachstum

In der ursprünglichen beruflichen Tätigkeit als Jurist bewegt sich die Realität oft zwischen Gesprochenem und Geschriebenem. Bio-Gastronom zu sein, bedeutet genau dort hinzuschauen, wo etwas anderes das letzte Wort hat: auf ein gesundes Wachstum von Pflanzen und Tieren, die wir dankbar und wiederkehrend annehmen dürfen. Gemeinsam mit meiner Freundin, die mit mir das Café und Gasthaus Gustl kocht führt und

ursprünglich ebenfalls in der juristischen Welt beheimatet ist, haben wir als Bio-Gastronomen eine Brücke in eine neue Welt aufgeschlagen.

Und weil auch als Bio-Gastronom über den Tellerrand hinausgeschaut werden soll: Wünschenswert wäre es, der kleinen, aber wachsenden Gemeinschaft an Bio-Gastronomen ein Zeichen zu setzen, damit die Bio-Gastronomie mit einem eigenen Gütesiegel für jeden Gast deutlich er-

kennbar ist. Dies ist ja bei Lebensmitteln schon lange der Fall und müsste konsequenterweise auch dort Verwendung finden, wo Bio-Lebensmittel für den Gast aufgetischt werden. 

GUSTL KOCHT
ERDBERGSTRASSE 21, 1030 WIEN
WWW.GUSTL-KOCHT.AT

Johanna Graisy

ist Bio-Gastronomin und Rechtsanwältin in Wien. Ihre Großeltern väterlicherseits hatten im Seewinkel einen Gemüseanbau bestehend aus Paradeiser, Paprika, Salat & Gurken sowie einen Getreide- bzw. Kukuruzanbau.



Christoph Liebscher

ist Bio-Gastronom und international als Schiedsrichter in juristischen Streitigkeiten tätig. Er betreibt eine kleine, aber feine Bio-Landwirtschaft im Waldviertel und ist ein großer Freund der wiederentdeckten osteuropäischen Küche.



Mag.^a Ulrike Amon-Glassl – Geschäftsführerin, INDIVIDUAL COACHING

EVALUIERUNG PSYCHISCHER BELASTUNGEN AM ARBEITSPLATZ

LÄSTIGE PFLICHT ODER NUTZENBRINGER?

150 Jahre nach der ersten industriellen Revolution produziert Industrie 4.0 rasant neue Technologien und damit neue Herausforderungen und Risiken für Arbeitende und Unternehmen. Das macht Prävention wichtiger denn je, zur Erhaltung von Wettbewerbsfähigkeit, Leistungsfähigkeit und Gesundheit. Die Evaluierung arbeitsbedingter psychischer Belastungen kann hier einen großen Beitrag leisten.

Die Ausgangssituation

Arbeit 4.0 bedeutet die komplette digitale Vernetzung zwischen KundInnen, LieferantInnen, Produktionsbetrieb und DienstleisterInnen. Die hohe Vernetzung und Flexibilität verändert Arbeitsformen und Arbeitsverhältnisse. Soziale Rechte

werden durch hohen Wettbewerbsdruck und Globalisierung teilweise eingeschränkt. Folgen wie Arbeitsverdichtung, Arbeitsplatzknappheit bzw. Fachkräftemangel (da höhere Qualifikationen gebraucht werden), Entgrenzung der Arbeit, steigende

gesundheitliche Beeinträchtigungen und volkswirtschaftliche Kosten durch Arbeit 4.0 werden erwartet. Mit Erkenntnissen aus der Wissenschaft lässt sich hier gegensteuern.

Worum geht es bei der Evaluierung arbeitsbedingter psychischer Belastungen?

- Ermittelt und beurteilt werden Stressfaktoren in Organisationen. Gleich vorweg: Das Thema sind hier NICHT psychische Erkrankungen wie Depression, Angst, Sucht, etc.!
- Es geht darum, geeignete betriebliche Maßnahmen zur Nutzung vorhandener Ressourcen bzw. Optimierung von Arbeitsorganisation, -umgebung, Organisationsklima und Anforderungen, Abläufen zu entwickeln und umzusetzen.
- Es handelt sich um einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess zur Gefährdungsvermeidung, Erhöhung der Arbeitsqualität, Rechtsicherheit und Haftungsvermeidung.

Wie läuft diese Evaluierung ab?

Jede Evaluierung ist unternehmensspezifisch angepasst, beinhaltet jedoch charakteristische Prozessschritte:

1. Festlegen der Steuerungsgruppe
2. Gemeinsame Projektplanung mit Geschäftsführung, ArbeitspsychologIn, Präventivfachkräften und Personalvertretung zum Festlegen von Zeitplan, Tätigkeitsgruppen und Messverfahren
3. Vorab-Information aller Beschäftigten
4. Ermittlung und Beurteilung der Stressfaktoren mittels Befragung, Beobachtungsinterviews oder Gruppenmoderation
5. Ergebnisrückmeldung an Führungskräfte und Steuerungsgruppe
6. Gemeinsam Maßnahmen festlegen
7. Laufende Information aller Beschäftigten über die Ergebnisse und Umsetzung der Verbesserungen



Von der Pflicht zur Kür

Seit 1.1.2013 ist die Durchführung der Evaluierung psychischer Belastungen im §4(1) ArbeitnehmerInnenschutzgesetz vorgeschrieben. Da neue Belastungen durch Arbeit 4.0 neue betriebliche Kennzahlen erfordern, gibt es mehrere Gründe, die Evaluierung der psychischen Belastungen für eine wettbewerbsfähige

und gesundheitsförderliche Unternehmensentwicklung zu nutzen. Kostenreduzierung und humane Arbeitsplatzgestaltung sind nur einige der Vorteile. Dazu entwickelte die Autorin mit einem interdisziplinären Team das Verfahren EWOPCLASS® - European Workplace Assessment. Mit 42 positiv formulierten Fragen

und Priorisierungen der wichtigsten Belastungen werden Altersbelastungsanalysen, Handlungsportfolios und Prognosebefragungen erstellt sowie neue Kennzahlen, wie Belastungsindices und -benchmarks, berechnet.

Best-Practice-Beispiele

Folgende Beispiele zeigen, wie man mit dieser Evaluierung menschliche Kompetenzen, Wohlbefinden und Gesundheit fördern sowie Arbeitsprozesse effizienter und kostengünstiger gestalten kann:

1. In einem Call Center herrscht Stress durch fehlende Weiterbildung und Einstellung von unzureichend qualifiziertem Saisonpersonal, kurzzyklischen Routineaufgaben und „Multitasking“ mit hohen Anforderungen an Aufmerksamkeit bzw. Konzentration. Die zumeist getrennten Aufgaben Telefonie und Sachbearbeitung wirken negativ auf Leistung, Fluktuation und Fehlzeiten. Negatives Befinden wie Ärger und Nervosität treten auf. Verbesserungen: Die Einführung von Mischarbeit mit Telefonie und Sachbearbeitung sowie Fremdsprachen- und EDV-Qualifizierung der AgentInnen zeigt positive Effekte auf die Ausführungsqualität der Tätigkeiten, da bei vollständigen und qualifizierten Aufgaben Leistung und Befinden steigen. Die Kosten sanken durch kürzere Nacharbeitszeiten, reduzierte Fluktuation und geringere Fehlzeiten.

2. In einem Maschinenbau-Unternehmen arbeiten je ca. 50 Personen in der Fertigung bzw. Montage im Zweischichtbetrieb. Sie verfügen über getrennte und zu kleine Garderoben und Sanitäräumlichkeiten, um sich zügig zu duschen und umzuziehen. Durch entstehende Staus, verspäten sich Beschäftigte der zweiten Schicht

bzw. müssen früher kommen, um rechtzeitig an ihrem Arbeitsplatz zu sein. Die erste Schicht benötigt hingegen nach Schichtende z. T. mehr als 45 Minuten, um das Firmengelände zu verlassen. Stress und das Gefühl negativer Beeinträchtigung der Erholung nach der Arbeit vermindern Wohlbefinden, Leistungsfähigkeit und Motivation. Lösung: Baurechtlich war keine Erweiterung möglich. Um die Garderobenauslastung zu halbieren, verlegte man bei der Produktion den Schichtbeginn um 15 Minuten vor, bei der Montage im gleichen Ausmaß nach hinten (da die beiden Gruppen unabhängig voneinander arbeiten). Zusätzlich tauschte jeder zweite Mitarbeiter die Garderobe mit einem Kollegen der anderen Gruppe. Durch die keinerlei Kosten verursachende Maßnahme gewannen die Beschäftigten pro Tag mindestens 15 Minuten Freizeit. Der versetzte Schichtbeginn reduzierte außerdem massiv die AnrainerInnen-Beschwerden über den häufigen Rückstau auf der Zufahrtsstraße während des Schichtwechsels. Die nachfolgende Mitarbeiterbefragung belegte signifikante Verbesserungen der Zufriedenheit mit dem Arbeitsplatz sowie der Leistungsmotivation.

3. Ein Versicherungsanbieter bringt aufgrund des hohen Konkurrenzdrucks ständig neue Versicherungsprodukte auf den Markt. Die Konzern-IT schafft es kaum, die Softwareanpassungen für die Neu-

erungen zu programmieren. Für Softwaretests, Einschulung der Beschäftigten und prozessorientierte Dokumentation der Neuerungen fehlt die Zeit. Das Vertriebspersonal verkauft keine neuen Produkte, um sich „EDV-Probleme“ zu ersparen. Lösungen: Ein zusätzliches lokales Projektmanagement ist zuständig für Tests, Einschulung und Dokumentation sowie Koordination der Partizipation von lokalen Key-Usern. Dies und ein bis zwei Monate Test- und Einschulungszeit brachten bereits kurz nach Markteinführung deutliche Umsatzsteigerungen bei neuen Produkten. Die Kundenzufriedenheit mit Beratungsleistungen stieg an. Die Beschäftigten berichteten über weniger Stress durch den reibungsloseren Ablauf der EDV-Prozesse.

Die angeführten Beispiele demonstrieren die Notwendigkeit interdisziplinärer Zusammenarbeit von SpezialistInnen, um sowohl für MitarbeiterInnen als auch ArbeitgeberInnen messbare positive Auswirkungen zu erzielen und damit Arbeitsplätze sicherer und gesünder zu machen. Es geht daher nicht nur um die Erfüllung einer gesetzlichen Pflicht, sondern darum, gleichzeitig einen Mehrwert für das Unternehmen mit all seinen Stakeholdern zu generieren. Damit das gelingt braucht es „smarte“ Lösungen - klug, gut durchdacht und realistisch umsetzbar! 🌐

Mag. Ulrike Amon-Glassl

steht seit mehr als 25 Jahren für die Entwicklung performance-steigernder Arbeitswelten. Die Geschäftsführerin der INDIVIDUAL COACHING GmbH ist Fachautorin und berät als Arbeits-, Organisations- sowie Ernährungspsychologin Unternehmen in Österreich, Deutschland und der Schweiz bei der praxisorientierten sowie wissenschaftlich fundierten Führungskräfteentwicklung und Arbeitsgestaltung, bei Prozessanalysen und bei Evaluierungen, die nachhaltige Ergebnissicherung garantieren.





SENATS-AKTIVITÄTEN

Informationen aus dem SENAT / Rück- und Ausblicke

MITTELSTANDS-ALLIANZ-Auftaktevent:

Platzierung der wesentlichen Themen

Am 5. Juli 2017, in der letzten regulären Parlamentswoche vor den Neuwahlen, formulierte der SENAT unter Anwesenheit von PolitikerInnen fast aller Parlamentsparteien die Forderungen, die nun im Wahlkampf bzw. in den Regierungsverhandlungen eine Rolle spielen müssen. In erster Linie wurden Arbeitszeitfle-

ren Vizekanzler a.D. Dr. Erhard Busek, als Präsident, und Hans Harrer als Vorstandsvorsitzender des SENAT DER WIRTSCHAFT, ganz deutlich.

Untermauert wurden die Aussagen von Josef Resch, Geschäftsführer des Backwaren-Profis Resch & Frisch, einem Unternehmen mit über 1.500 Beschäftigten und einem Umsatz von Euro 180,2 Mio. und von Josef Kranawetter, Österreich-Geschäftsführer des internationalen Technologie-Unternehmens Weidmüller (weltweit über 4.500 Beschäftigte und an die 800 Mio. Euro Umsatz).

In der anschließenden PolitikerInnen-Diskussion deponierte NAbg. Ing. Wolfgang Klinger von der Freiheitlichen Wirtschaft, dass er sich sehr für einen Bürokratieabbau einsetze, da er in seinem eigenen Unternehmen den Bürokratiedruck spüre und forderte auch von der Verwaltung,

sich an Best-Practice-Beispielen zu orientieren, da man vieles mit wesentlich weniger Personal bewältigen könne. NAbg. Dr. Ruperta Lichtenegger, von der Grünen Wirtschaft plädierte ebenfalls für einen Abbau der Bürokratie, genauso wie NAbg. Leo Steinbichler vom Team Stronach.

Neos-Obmann Matthias Strolz konnte darauf verweisen, dass die Neos die einzige Partei seien, die bereits ein konkretes Wirtschaftsprogramm präsentiert hat, das von Arbeitszeitflexibilisierung über weitere Vereinfachungen in der Gewerbeordnung bis hin zu einem Ende der Kalten Progression reicht. Die Politiker begrüßten die MITTELSTANDS-ALLIANZ und forderten diese auf, sich hier verstärkt in den politischen Diskurs einzubringen und die richtigen Fragen aufzuwerfen.

Hans Harrer deponierte zum Abschluss, dass es immer wichtiger wird, sich in seine Angelegenheiten einzu-



vlnr NAbg. L. Steinbichler (Team Stronach), NAbg. W. Klinger (FPÖ), W. Lusak (Lobby der Mitte), M. Strolz (NEOS), R. Lichtenegger (Die Grünen)

xibilisierung, Endbürokratisierung, Lohnnebenkostensenkung, eine Neudefinition der Rolle und Ausrichtung der Sozialpartnerschaft sowie der endlich umzusetzende ökologische Steuerumbau genannt. „UnternehmerInnen sind kein Stimmvieh! Sie wollen gehört werden“, deponie-



Josef Resch (GF, Resch & Frisch, links im Bild), Dr. Johannes Linhart (MITTELSTANDS-ALLIANZ-GF des SENATs, 2.v.l.) und Josef Kranawetter (GF, Weidmüller GmbH, ganz rechts im Bild) formulierten klare Forderungen des Mittelstands aus UnternehmerInnen-Sicht.



mischen und nicht nur zu kritisieren. Das gelte für UnternehmerInnen ebenso, wie für PolitikerInnen, die vermehrt den Dialog mit den Unternehmen suchen sollten, um deren Probleme überhaupt zu verstehen. Er lud die Politik zu einem verstärkten Dialog mit dem SENAT ein, der partikularinteressensbefreit Inputs liefern kann, die zur Lösungsfindung beitragen. Als praktische Beispiele übergab Harrer den anwesenden PolitikerInnen ein detailliertes Konzept für die Ökologisierung des Steuersystems und forderte die Parteien wiederholt auf, endlich die Zwangs-

mitgliedschaft der Kammern und ihren Verfassungsrang abzuschaffen, damit sich alle im freien Wettbewerb behaupten müssen



Hans Harrer weist auf die politischen Positionspapiere „PLÄDOYER“ hin, die zum Ökologischen Steuerumbau und zur Stellung der Sozialpartner veröffentlicht wurden.

MITTELSTANDS-ALLIANZ-Tourismus-Talk Burg Golling:

Was jetzt getan werden muss, um den Tourismus zu stärken

Im Rahmen der MITTELSTANDS-ALLIANZ organisierte der SENAT DER WIRTSCHAFT am 7. August 2017 im Burghof des Schlosses Golling einen hochkarätigen Talk zum Thema „Hotel-, Restaurant- & Tourismuswirtschaft“, statt. Als eine der wichtigsten Säulen des österreichischen Mittelstands wurden dabei die Probleme der heimischen Hoteliers und Gastwirte ins Zentrum gerückt. Damit greift der SENAT die Bedürfnisse eines Wirtschaftszweiges auf, der $\frac{2}{3}$ aller Umsätze Österreichs ausmacht.

„Es geht darum, neue Konzepte zu liefern“ meinte dazu NAbg. Sepp

Schellhorn (Tourismus- und Wirtschaftssprecher NEOS) und dass der Mitarbeiter- und Fachkräftemangel einfach zu lösen sei, wie z.B. durch Kinderbetreuungsplätze für die Wochenenden. Michaela Reitterer (Präsidentin ÖHV) ergänzte, dass die hohen Lohnkosten, die der Hotelier und Gastwirt zu bezahlen hat, nicht bei den Mitarbeitern ankommen. Abgesehen davon sind die derzeitigen Arbeitszeitenregelungen längst nicht mehr zeitgemäß.

Hans Harrer (Vorstandsvorsitzender des SENAT DER WIRTSCHAFT und Initiator der MITTELSTANDS-ALLIANZ) forderte die

Anwesenden dazu auf, „Rule Breaker“ zu werden und auf mehr Unterstützung im Wettbewerb zu beharren. Alteingesessene Pfade verlassen möchte auch Mag. Günther Lindenlaub (CEO, Finnest GmbH), der alternative, unbürokratische Finanzierungsmodelle für Unternehmen abseits von Banken vorstellte. Einigkeit herrschte darüber, dass die verpflichtende Mitgliedschaft beispielsweise bei der Wirtschaftskammer – noch dazu gesetzlich mit einem Verfassungsgesetz verankert – als längst überholt in Frage gestellt werden muss.



Hans Harrer mit dem Hotelier und NEOS-Wirtschaftssprecher Sepp Schellhorn



ÖHV-Präsidentin Michaela Reitterer am Podium, die trotz mancher humoriger Aussagen den Ernst der Lage für die Tourismuswirtschaft darstellte.



MITTELSTANDS-ALLIANZ-Sommerfrühstück bei Iss-mich, dem 1. klimaneutralen Caterer Österreichs



Jochen Ressel (SENATS-GF-Operations), Mag. Martin Schlatter (BOKU), Carina Doppelhofer, BSc MSc (Diätologin), Tobias Judmaier (iss mich!), Dr. Peter Schneider (Lebensmittelexperte), Dr. Johannes Linhart (GF – KLIMA- & MITTELSTANDS-ALLIANZ)

Am 25. Juli 2017 begrüßte Tobias Judmaier, Gründer und Geschäftsführer von „iss mich!“ Gäste aus Wirtschaft und Medien beim Sommerfrühstück in der Bistro-Greißlerei in der Wiener Bäckerstraße. Anlass für die Einladung war die Auszeichnung von „iss mich!“ als erster klimaneutraler Catering- & Küchenbetrieb Österreichs.

Zu den Themen „Lebensmittelqualität und der Einzelhandel“, „Ernäh-

rung und unsere Gesundheit“ sowie „Lebensmittelproduktion und das Weltklima“ begrüßte der Gastgeber den Lebensmittelexperten Dr. Peter Schneider, die Diätologin Carina Doppelhofer und Mag. Martin Schlatter von der Universität Bodenkultur, die mit kurzen Impulsreferaten zum Nachdenken anregen und bislang wenig bekannte Fakten ins Bewusstsein rückten.

KLIMA-ALLIANZ-Talk zu Energieeffizienz- &

Finanzierungs-Themen bei der Privatbrauerei Hirt

Am Dienstag, 27. Juni 2017, lud die KLIMA-ALLIANZ des SENAT DER WIRTSCHAFT in Zusammenarbeit mit der Privatbrauerei Hirt Unternehmerinnen und Unternehmer zur kompakten Wissensvermittlung. Das Thema „WIRTSCHAFT & ÖKOLOGIE – KEIN WIDERSPRUCH“ behandelte verschiedene Aspekte der Bereiche Photovoltaik, Windkraft und Finanzierungen für Ökologie-Investitionen.

Nach der Begrüßung durch den Gastgeber, Dr. Klaus Möller als Geschäftsführer der Privatbrauerei Hirt, durch KLIMA-ALLIANZ-Geschäftsführer Dr. Johannes Linhart und durch den Bürgermeister von Hirt-Micheldorf, Josef Wuttei, startete Dipl.-Ing. Dr. Michael Jandl von Kärnten Solar den Info-Block mit einem Photovoltaik-Überblick, gefolgt von Ing. Mag.

Gerhard Furtner (GF, Sensenwerk Sonnleithner GmbH) der neue Mikrowindanlagen vorstellte, die als Ergänzung zur Photovoltaik optimal wirken. Anschließend stellte Dr. Klaus Möller die Nachhaltigkeitsstrategie der Privatbrauerei Hirt vor und lud zur beeindruckenden Führung durch das Unternehmen mit Braumeister Raimund Linzer.

Im zweiten Programmteil folgten Informationen zu sinnvollen Energiemanagement-Maßnahmen in Unternehmen durch DI Roland Kuras von PowerSolution, wie Energieeffizienzmaßnahmen in Gebäuden umgesetzt werden können von Dr. Helmut Berger (ALLPLAN) und wie dies für Produkte anwendbar ist durch Ao.

Univ. Prof. Dr. Wolfgang Wimmer von ECODESIGN company. Den Abschluss bildeten kompakte Informationen, wie Ökologemaßnahmen finanziert werden können, durch Wolfgang Deutschmann von GREEN ROCKET und Dr. Christian Kaltenecker, Msc. | CP i-Invest. Auf diese Weise erhielten die Gäste in ca. 4 Stunden einen Überblick über verschiedene bedeutende Aspekte im Bereich des nachhaltigen, energieeffizienten und klimaneutralen Wirtschaftens.



Inputgeber am Podium: J. Ressel, W. Wimmer, R. Kuras, G. Furtner, W. Deutschmann, K. Möller, H. Berger, Bgmst Wuttei, J. Linhart, C. Kaltenecker (nicht am Foto M. Jandl)



SENATs-Talk bei der Art Salzburg

Am Freitag, 23. Juni 2017 fand anlässlich der erstmals in Salzburg stattfindenden Kunstmesse ART SALZBURG CONTEMPORARY



Christian Rudolph, Felicitas Singer, Erhard Busek, Johanna Penz, Eva von Schilgen und Moderatorin Christine Frei am Podium

& ANTIQUES INTERNATIONAL ein SENATs-Talk mit Podiumsdiskussion statt, der unter dem Motto „Kunst und Kultur im Dialog mit Wirtschaft stand“. Senatorin Johanna Penz, Direktorin der ART Kunstmesse GmbH, sowie

Hans Harrer, Vorstandsvorsitzender des SENAT DER WIRTSCHAFT, begrüßten das Publikum, gefolgt von einer Keynote des SENATs-Präsidenten, Dr. Erhard Busek zum Thema „Kultur und Wirtschaft bedingen einander“. Er stellte fest, dass für ihn ein Leben ohne Kunst schlichtweg nicht vorstellbar sei. Er sei glücklicherweise schon in seiner Jugend durch exzellente Lehrer für das Geistes- und Kulturleben sensibilisiert und begeistert worden. Die Kulturjournalistin und leidenschaftliche Kunstsammlerin Baronin Mag.art. Eva von Schilgen schloss in ihrem Statement nahtlos an Busek an: Man sollte Schüler/innen und junge Menschen nicht nur in

Museen schleppen, sondern gezielt dorthin führen, wo Kunst entsteht und verkauft wird, nämlich in Ateliers, Galerien und Kunstmessen.

Felicitas Singer, erfolgreiche Galeristin aus Liechtenstein, ist davon überzeugt, dass man als GaleristIn nicht

den Verkauf, sondern primär den Künstler in den Mittelpunkt seines Tuns rücken muss. „Wir haben die Aufgabe, Künstler aufzubauen und in ihrer Entwicklung zu begleiten“, so Singer. Denn KundInnen suchen in den GaleristInnen verlässliche Partner, die nachhaltige Werte aufbauen wollen. Für den Aschaffener Bildhauer Christian Rudolph ist die Kunst und der Kunstmarkt ein Teil der Wirtschaft. Er würde sich wünschen, dass in den Unternehmen und Büros viel mehr Kunst ausgestellt sein sollte. Unternehmer könnten so zu Kunstvermittlern werden. Er selbst denke als Künstler nie zuerst an den Verkauf, sondern in erster Linie daran, sich selbst durch Kunst auszudrücken. Das ist die Grundanforderung, wenn man von der eigenen Kunst auch leben möchte. Nach interessanten Diskussionsbeiträgen des Auditoriums mit Fragen und Statements sowie spannenden Inputs der Podiumsgäste klang der Abend, den über 60 Gäste genießen konnten, bei einem stilvollen Get-Together aus.

Zweiländerpreis im Rahmen des

Forum Mittelstand Grenzenlos vergeben

Das SENATs-Mitgliedsunternehmen Bademeister Kosmetikmanufaktur

GmbH und die Kampfsportschule njusan Karate Altinger mit Sitz in Landshut sind die Gewinner des diesjährigen „Zweiländerpreises“, der bereits zum 13. mal im Rahmen des „FMG – Forum Mittelstand Grenzenlos“ vergeben wurde. Die Veranstaltung wird seit Jahren

vom SENAT DER WIRTSCHAFT tatkräftig unterstützt. Dieses Jahr lautete das Motto der Veranstaltung „Alles auf Anfang“. Aus 48 nominierten Firmen aus Südbayern und Oberösterreich ermittelte eine Fachjury die Gewinner anhand der Kriterien soziale, wirtschaftliche und ökonomische Kompetenz. Der „Zweiländerpreis“ prämiiert Unternehmen, die sich durch neue Ideen, Leidenschaft für Veränderungen oder besonderes soziales Engagement auszeichnen. Wertvolle Inputs bekamen die Gäste durch die Keynote von Paradeunternehmer Aleksander Izdebski, der auf



Die Bademeisterei, Mitglied im SENAT DER WIRTSCHAFT, mit Senator Alexander Kraml (l.v.l.) erhielt den Zweiländerpreis



Einladung des SENAT nach St. Florian gekommen war, um über die Kultur des Scheiterns zu berichten. Dabei schilderte er seine persönlichen Erlebnisse aus dem Scheitern mit seinem ehemaligen Unternehmen DiTech, die Lehren, die er daraus gezogen hat und wie ihm diese beim jetzigen Neustart mit dem Unternehmen techbold helfen. Im Rahmen der Veranstaltung führte der SENAT Gespräche mit Repräsentanten der Niederbayrischen Regierung und mit dem Bundesverband Wertorientierter Mittelstand Deutschlands e.V.



SENATs-Vorstandsvorsitzender Hans Harrer, Alexander Izdebski (techbold), Sabine Holzer (Vorstandsassistentin), Friedrich Greisberger (SENATs-GF Mittelstand)

„Freiheit und Wirtschaft“ bei den

Europäischen Toleranzgesprächen Fresach

Der SENAT DER WIRTSCHAFT war durch den Geschäftsführer-Operations, Jochen Ressel, bei den Europäischen Toleranzgesprächen am 2. Juni 2017 vertreten. Neben Jochen Ressel gaben Ingun Kluppenegger (Gründungsmitglied der Bank für Gemeinwohl), Sabrina Schütz-Oberländer (Vorstand der Stadtwerke Klagenfurt), Landesrat Rolf Holub sowie die als „Waxing-Lady“ medial bekanntgewordene Unternehmerin Katia Wagner Inputs zum Thema „Freiheit und Wirtschaft“. Ressel fokussierte in der Diskussion auf den Umstand, dass man das Vertrauen in die selbstregulierende Kraft der Märkte verloren hat. Laufende Interventionen der öf-

fentlichen Hand und undurchsichtige Förderpolitik manipulieren einen der wichtigsten Informationsfaktoren im Markt: den Preis. Er plädierte daher vehement für eine von Partikularinteressen und Zwangsgliedern freie Wirtschaft, die „das Heft“

zum eigenen Wohl wieder selbst in die Hand nehmen muss, da weder ArbeitnehmerInnen noch ArbeitgeberInnen die Rahmenbedingungen vorfinden, die für zukunftsorientiertes Arbeiten notwendig sind.



vlnr: Moderator Jochen Bendele (Kleine Zeitung), Sabrina Schütz-Oberländer (Vorstand, Stadtwerke Klagenfurt), Jochen Ressel (GF, SENAT), Landesrat Rolf Holub, Ingun Kluppenegger (Bank für Gemeinwohl), Waxing-Lady Katia Wagner



SEF17 – Social Entrepreneurship Forum

mit zukunftsorientierten Top-Inhalten

Bereits zum vierten Mal veranstaltete der SENAT DER WIRTSCHAFT ein umfassendes Symposium zu aktuellen Themen des Sozial-Unter-

Gabriele Stowasser, Co-Veranstalterin Mag. Waltraud Martius (SYNCON) und Günter Benischek (Leitung Social Banking, ERSTE BANK) wurden mit hochkarätig besetzten Podiumsdiskussionen verschiedene Impact-Aspekte genauso thematisiert, wie die Notwendigkeit einer Interessensvertretung für SozialunternehmerInnen. Außerdem wurde ein umfassender Maßnahmenkatalog entwickelt, was in der nächsten Legislaturperiode im Bereich Social Entrepreneurship unbedingt umgesetzt werden muss.

Neben der Präsentationen von eindrucksvollen Best-Practice-Beispielen bot das Forum umfassend Raum für Informationsaustausch auf Top-Niveau und Networking. Als abschließendes Highlight stellte der international in 16 Ländern der Welt tätige Impact-Investor Alon Shklarek sein Verständnis von Impact dar und zeigte auf beeindruckende Weise, was die Schlüsselfaktoren für Erfolg sind. Er ging dabei auf die Aspekte Idee, Kontext, Geschäfts-

nehmertums, das heuer am 22. Sept. 2017 stattfand. Dabei stand das Wort „Impact“ im Zentrum. Einerseits wurde die aktuelle und die künftige Impact-Entwicklung dieses Konzepts dargestellt, das auf die unternehmerische Lösung sozialer Probleme abzielt. Nach der Eröffnung des SEF17 durch SENATs-Vorstand



Der internationale Star-Impact-Investor Alon Shklarek am Podium des SEF17



Top-besetzte Podien erarbeiteten konkrete Forderungen für die nächste Legislaturperiode

modell, Team, Umsetzung und Finanzierung ein und zeigte schlüssig, wie konkrete Ergebnisse in schnellstmöglicher Zeit erzielt werden können. Der SENAT wird die bessere Verankerung von Social Entrepreneurship im Gesamtkonzept einer funktionierenden Wirtschaft und Gesellschaft durch die Aufarbeitung der Forum-Ergebnisse weiter forcieren.



Raum für Informationsaustausch und Networking



Das EEDF-EUROPEAN ECONOMIC DANUBE FORUM

geht jetzt in die Projektumsetzung

Nachdem im Jahr 2016 der Grundstein für die Internationalisierung der KLIMA-ALLIANZ einerseits, wie auch für die Etablierung einer SMART DANUBE REGION gelegt wurden, geht das EEDF nun in die konkrete Projektumsetzung. Durch einen Stakeholder-Dialog kurz vor dem Sommer in den Räumlichkeiten der OSCE in der Wiener Hofburg wurden dabei mögliche Umsetzungsschritte geortet und Finanzierungsoptionen diskutiert. Es wurden internationale ExpertInnen miteingebunden, die zu konkreten Fragen rechtlicher Natur Stellungnahmen und den SENAT unterstützen. Des Weiteren wurde der Kontakt mit den neuen VerantwortungsträgerInnen im Rahmen der EUSDR



(EU-Donauraum-Strategie) geknüpft und intensiviert. Mit Finanzinstituten, wie der Hypo NOE Group, die auf den Donauraum und Public-Finance-Themen spezialisiert ist, werden nun Vorschläge für Strukturen erarbeitet, die InvestorInnen und Unternehmen die Möglichkeit geben, an den ganz konkreten Projektumsetzungen in den Ländern der Donau-region zu partizipieren. Außerdem werden die mit dem SENAT entwickelten Bildungskonzepte, wie das

Demokratienspielspiel ZAG für Schulen, oder verschiedene Maßnahmen im Bereich der Dualen Ausbildung, zur Internationalisierung angeboten. Dabei ist man mit verschiedenen Regierungsstellen wie auch mit den Handelskammern der Donauländer in engem Kontakt.

Gabriele Stowasser, SENATs-Vorstand für Internat. Beziehungen, unternahm besondere Anstrengungen zur Vernetzung der SENATs-Außenstellen in Serbien und Kroatien mit österreichischen Unternehmen und besuchte auch verschiedene Unternehmen in diesen Ländern.

Für Detailinformationen zu den Projekten steht Ihnen das EEDF-Team des SENAT gerne zur Verfügung!



vlnr. V. Markovic (EEDF-Projektmanager des SENAT), SENATs-Präsident Dr. E. Busek, Vorstand Intl. Relations G. Stowasser, Smart City-Architekt Prof. Dr. R. Biswas



G. Stowasser, SENATs-Vorstand Intl. Relations, mit Radovan Mijatevic (Vorstandsvorsitzender des SENAT Serbien) und Vladimir Jovanovic (stv. Vorsitzender) beim Besuch eines Verpackungsunternehmens in Subotica.



Seit 2013 treffen beim EEDF EntscheiderInnen von EU-Kommission, EUSDR, OSCE, verschiedener Universitäten usw. mit RepräsentantInnen der Unternehmen zusammen, um konkrete Wirtschaftsprojekte umzusetzen.



Politische Arbeit des SENAT

Durch die Neuwahlsituation war der SENAT gefordert, vor allem im Bereich der politischen Arbeit Akzente zu setzen. Einige der Aktivitäten seien hier kurz genannt:



Positionspapiere PLÄDOYER:

Es wurden mehrere Ausgaben des PLÄDOYER veröffentlicht und den politischen AkteurInnen bereitgestellt. Einerseits waren dies die

- Forderungen nach einem ökologischen Steuerumbau,
- der Abschaffung des Verfassungsrangs für Interessensvertretungen,
- ein Kurz-Argumentarium für die Notwendigkeit einer Ökologie-Diskussion im Rahmen des Wahlkampfes, mit der Nennung der zentralen Punkte,
- sowie ein Vorschlag für eine zukunftsorientierte Pensionsystem-Anpassung.

Sommersgespräche:

Es wurden Maßnahmen ergriffen, um bei den ORF-Sommersgesprächen auch die Ökologie-Themen zur Sprache zu bringen, was auch gelungen ist.

Presseaussendungen:

In mehreren Presseaussendungen wurde die Verantwortung der politischen EntscheiderInnen aufgefordert, sich der Ökologie als Hauptthema zu widmen. Die daraufhin erfolgten Reaktionen verschiedener politischer Parteien wurden genutzt, um darauf hinzuweisen, dass es nicht reicht, eine Überschrift in ein Wahlprogramm zu schreiben, sondern dass es darum geht, Ökologie zu einem bestimmenden Thema der Diskussion zu machen, sind doch viele innen- und außenpolitische Diskussionen ursächlich damit verknüpft, wie z.B. die Migrations-Thematik.

Der SENAT wird auch im Zuge der Regierungsverhandlungen die Themen der MITTELSTANDS-ALLIANZ, wie auch relevante Vorschläge zu Ökologie- und Budgetthemen, einbringen und auch medial forcieren.



WIRTSCHAFTS NEWS

Top-Informationen aus Top-Unternehmen

myAbility schafft Sensations-Coup

Das SENATs-Mitgliedsunternehmen myAbility ist spezialisiert darauf, großen Unternehmen die Zielgruppe Menschen mit Behinderung als Mitarbeiter und als Kunden zu erschließen. „In den vergangenen Jahren haben wir unsere Stellung als Know-How-Leader in Österreich konsequent ausgebaut. Mit dem Wachstumskapital sind wir gut aufgestellt, um in den kommenden drei Jahren Marktführer in der gesamten DACH-Region zu werden“, sagt Senator Gregor Demblin, einer der Gründer des Unternehmens.

Ein Konsortium von Investoren aus der Schweiz und Deutschland steigt bei dem Unternehmen ein, um mit Wachstumskapital die Expansion in

den gesamten deutschsprachigen Markt zu finanzieren.

Bis 2022 soll durch die Kooperation von myAbility mit den größten deutschsprachigen Unternehmen in der gesamten Wirtschaft ein Bewusstsein und eine Vorbildwirkung erreicht werden, um die Chancengerechtigkeit signifikant zu heben und das Leben von Millionen Menschen mit Behinderung im deutschen Sprachraum zu verbessern – so das ehrgeizige Ziel von myAbility.



Große Freude beim SENATs-Mitglied myAbility über die jetzt mögliche Expansion des Sozialunternehmens

KONE als klimaneutrales Unternehmen ausgezeichnet

Die Reduktion des betrieblich bedingten CO₂-Ausstoßes ist bei KONE, einem Mitgliedsunternehmen des SENAT DER WIRTSCHAFT, seit Jahren wesentlicher Bestandteil der Unternehmensstrategie. Um die noch verbleibenden, unvermeidlichen Emissionen zu kompensieren, unterstützt KONE Österreich zwei von der UNO zer-



tifizierte Klimaschutzprojekte. Die damit erworbenen und gleichzeitig stillgelegten Emissionsrechte stellen das Unternehmen laut Emissions-

register der EU offiziell im Rahmen der KLIMA-ALLIANZ des SENAT DER WIRTSCHAFT klimaneutral. Gernot Schöbitz, Managing Director von KONE Österreich, erläutert. „Der Klimaschutz ist fest in unserer Unternehmensphilosophie verankert – von den Produkten, über die Produktion, bis zum Verhalten unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.“



VBV Vorsorgekasse gewinnt Staatspreis

Die VBV - Vorsorgekasse, ein Mitgliedsunternehmen des SENAT DER WIRTSCHAFT, gewinnt zum ersten Mal den begehrten Staatspreis Unternehmensqualität. Im Rahmen der Preisverleihung setzte sich die VBV gegen die harte Konkurrenz für den Staatspreis Unternehmensqualität 2017 durch und wurde als Gewinner für ihre herausragenden Spitzenleistungen ausgezeichnet. Ebenfalls erhielt die VBV - Vorsorgekasse

zum siebenten Mal in Folge das Nachhaltigkeitszertifikat „Gold-Standard“ der Österreichischen Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT).



Vulcanothek feiert 5-Jahr-Jubiläum

Die Vulcanothek des SENATs-Mitgliedsunternehmens Vulcano von Franz Habel, die in der Passage des Wiener Palais Ferstel beheimatet ist und Schinkenspezialitäten aus dem Steirischen Vulkanland anbietet, feierte kürzlich ihr 5-Jahr-Jubiläum. Das Unternehmen legt besonderen Wert auf nachhaltige und tierwürdige Aufzucht sowie auf optimale Verarbeitungsqualität. Im Rahmen des 5-Jahr-Jubiläums lud Vulcano daher

zur Schinkenverkostung mit Spezialitäten aus Italien, Spanien, Portugal, Frankreich, Slowenien, und Kroatien, um einen direkten Qualitätsvergleich zu ermöglichen, wobei deutlich wurde, das Vulcano den internationalen Vergleich keinesfalls scheuen muss.



vlnr: Vulcano-GF Franz Habel, die im Unternehmen arbeitende Tochter Katharina und SENATs-Geschäftsführer-Operativen, Jochen Ressel

Weidmüller feiert 50-Jahr-Jubiläum

Unter dem wohlvertrauten Motto „Let's connect“ versammelte das SENATs-Mitgliedsunternehmen Weidmüller Österreich insgesamt 200 Mitarbeiter, Kunden, Partner und Gäste zum Anlass seines 50jährigen Bestehens auf dem Wiener Kahlenberg. In lockerer Abfolge gratulierten unter anderem unser Aufsichtsratsvorsitzender Christian Gläsel und José Carlos Álvarez Tobar als Vertreter des Gesamtvorstands dem Gastgeber Senator Joe Kranawetter, Geschäftsführer von Weidmüller Österreich,

und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in lockerer Interviewform zum runden Jubiläum. Gewürdigt wurde in diesem feierlichen Rahmen Senator Joe Kranawetter auch durch Hans Harrer als Vorstandsvorsitzenden des SENAT DER WIRTSCHAFT durch die Überreichung des Goldenen SENATs-Pins.



Senator Joe Kranawetter, GF Weidmüller Österreich, erhielt den Goldenen SENATs-Pin von Vorstandsvorsitzenden Hans Harrer überreicht.

FRAGE NICHT, WAS DEIN LAND FÜR DICH TUN KANN
FRAGE VIELMEHR, WAS DU FÜR DEIN LAND TUN KANNST!

JOHN F. KENNEDY

Für Nachhaltigkeit und eine Ökosoziale Marktwirtschaft




6b47.com



donauakademie.eu



idm.at



backaldrin.com



gesundheitspolitischesforum.at




porr.at



sedlak-immobilien.at




karl-landsteiner.at



schneckenreither.com



allrisk-leue.at



lenzingpapier.com



teegschwendner.at

Partner-Institutionen und Partner-Unternehmen des



SENAT DER WIRTSCHAFT

IMPRESSUM

Herausgeber: Dr. Erhard Busek, Dieter Härthe, Hans Harrer // Verantwortlich für Inhalt, Veröffentlichung und Druckauflage: SENAT DER WIRTSCHAFT Österreich, Rotenturmstraße 5–9, A-1010 Wien, Telefon +43 1 505 35 48, www.senat-oesterreich.at //

Chefredaktion: Jochen Ressel //

Rechnungsprüfer: Ulrich Lankmayer, Steuerberater // Dr. Thomas Freylinger, Jurist // Mag. Dr. Eduard Tschofen, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer

Autoren dieser Ausgabe: Dr. Alexander Van der Bellen, Pater Anselm Grün, DI Dr. Georg Pölzl, Dr. Nina Ollinger, Bernhard Hofer, Mahdi Allagha, Vuk Markovic, Philipp Gerbert, Martin Jäger, Günther Strenn, Christoph Ettlmayr, Dr. Andreas Gresbach, Mag. Dr. Susanne Baumann-Söllner, Michaela Reitterer, Jochen Ressel, Mag. Wolfgang Lusak, Dr. Rudolf Kinsky, Dr. Johannes Linhart, Eva Komarek, Robert Frasch, Hannah Sturm, Karl Kainzner, Matthias Krön, Mag. Markus Ferrigato, Dr. Wolfgang Wimmer, Mag. Klaus Candussi, Dr. Leopold Decloedt, Golli Marboe, Mag. Andrea Ristl, Gabriele Stowasser, Prof. Dr. Otto-Michael Lesch, Johanna Graisy, Christoph Liebscher, Mag. Ulrike Amon-Glassl //

Abbildungen: © 2003-2017 Shutterstock Inc. Cover, 4-5, 10-11, 14-15, 18-20, 22, 24-29, 32-36, 38, 40, 46, 48-54, 56, 58-61, 66-67, 69-70, 74-77, 80, 82, 84-85, 89, 92, 97-99, 101 //

Layout: REX Werbeagentur OG, Prinz-Eugen-Str. 35, 4020 Linz, www.rex-werbeagentur.at //

Druck: Bösmüller Print Management, Wien - Stockerau, T: +43/1/214 70 07, www.boesmueller.at, office@boesmueller.at //

Hinweis: Hinweis zur Gender-Formulierung: Bei allen Bezeichnungen, die auf Personen bezogen sind, meint die gewählte Formulierung beide Geschlechter, auch wenn aus Gründen der leichteren Lesbarkeit die männliche Form verwendet wurde.

CO₂-neutral produziert durch die Bösmüller-for-Climate-Zertifikate



Das Magazin wurde von Menschen mit speziellen Fähigkeiten aus dem Autismus Spektrum lektoriert.

www.at.specialisterne.com





Senator Sepp Eisenriegler gewinnt mit R.U.S.Z. den Trigos

Der Trigos zeichnet seine Gewinner jährlich für besonders beispielhaftes Verhalten im Umgang mit Mitarbeitern, der Umwelt, Herausforderungen im Kerngeschäft sowie Verantwortung im Bereich der ganzen Lieferkette aus. Die fachkundige Expertenjury, wählte die sechs Gewinner aus insgesamt 125 Einreichungen und 27 nominierten Unternehmen aus. In der Kategorie „Social Entrepreneurship“ durfte sich das Reparatur- und Service-Zentrum R.U.S.Z über eine Medaille freuen: Durch seine Reparatur von Elektrogeräten

wirkt das SENATs-Mitgliedsunternehmen einer ressourcenverschwendenden, umweltschädlichen Wirtschaftsweise entgegen. Darüber hinaus ist Sepp Eisenriegler auf internationaler Ebene tätig, um für entsprechende Rahmenbedingungen für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft (Circular Economy) zu schaffen.



Senator Sepp Eisenriegler von R.U.S.Z (2.v.l.) bei der Trigos-Verleihung – Fotocredit: Opinion Leaders Network

Senatorin Patricia Staniek unter die Top-100-TrainerInnen gereiht

Vom bekannten Medium „ERFOLG MAGAZIN“ wurde Senatorin Patricia Staniek unter die 100 Top-Trainer Deutschlands und Österreichs gewählt. Sie ist eine von drei ÖsterreicherInnen in dieser deutschland- und österreichweiten Wertung und wurde

auf Platz 50 gereiht, was beweist, welchen Stellenwert Patricia Staniek auch schon in Deutschland hat!



Die 22. ART INNSBRUCK

...vom 25. bis 28. Jänner 2018 lockt mit einem aufregenden Mix an hochkarätiger zeitgenössischer Kunst und einer erlesenen Auswahl an Klassischer Moderne. Erfahrene Sammler kommen dabei ebenso auf ihre Kosten wie angehende Kunstliebhaber. Mehr als 90 Galerien und

KunsthändlerInnen aus ca. zehn Nationen präsentieren internationale zeitgenössische Kunst, Klassische Moderne und weitere Kostbarkeiten des 19. - 21. Jahrhunderts.



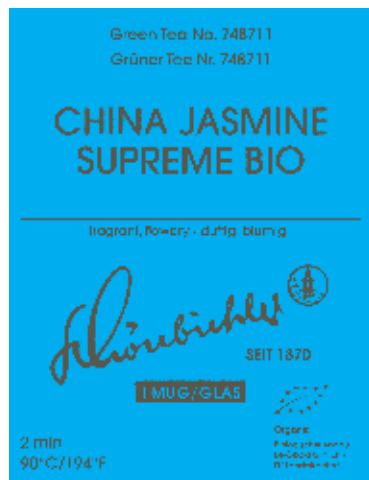
ART INNSBRUCK
25. – 28. JÄNNER 2018
GLEICH NACH DEM HAHNENKAMMWOCHENENDE!
MESSE INNSBRUCK, HAUPTHALLE A

Theehandlung & Spirituosenhandlung Schönbichler



WIENER GENUSS & TRADITION SEIT 1870

Das im September 2016 unter der Leitung von Franz Schreiner neueröffnete Traditionsunternehmen **Theehandlung Schönbichler** in der Wollzeile bietet **mehr als 500 Sorten erstklassigen Tees**, passende Leckereien, sowie Zubehör für die professionelle Teezubereitung (Tassen, Kannen, Siebe, Thermometer, Tee-Uhren, etc.). **Edelbrände und Raritäten aus der ganzen**



Welt, sowie hervorragende österreichische Spezialitäten zu Spitzenpreisen, runden das Angebot ab. Das langjährig erfahrene Verkaufsteam von **Schönbichler** sorgt dafür, dass Sie sowohl im Hinblick auf das Produktsortiment, als auch auf Teezeremonien die bestmögliche Beratung erhalten - diese steht bei **Schönbichler** an erster Stelle!

GESCHENKE FÜR JEDEN ANLASS PRIVAT UND GESCHÄFTLICH

Sie benötigen ein nicht alltägliches Geschenk? Dafür ist der **Schönbichler** die erste Adresse, sei es privat oder geschäftlich, vorgefertigt oder als Ihre eigene spezielle Kreation. Ein Besuch bei **Schönbichler** oder auf www.schoenbichler.wien lohnt sich immer!



KLIMA
ALLIANZ



„Klimawandel ist die prägende Aufgabe unserer Zeit“

Ban Ki-moon



Eine Initiative des
**SENAT DER
WIRTSCHAFT**

Im Rahmen der KLIMA-ALLIANZ des SENAT DER WIRTSCHAFT werden Unternehmen praxisgerecht unterstützt, um in vier Schritten optimale Energieeffizienz und CO₂-Neutralität zu erreichen.

Bei Rückfragen zur KLIMA-ALLIANZ:

SENAT DER WIRTSCHAFT Österreich

Tel: +43 1 505 35 48

office@senat-oesterreich.at

www.senat-oesterreich.at